DIGITAL EDITION

APRILE 2021 · ANNO XXXV · N. 287

Italia a Tavola

FORNO A LEGNA
PER UNA PIZZA A REGOLA D'ARTE

WAGYU
CARNE DI ALTA QUALITÀ PER LA CUCINA CHE VUOLE DISTINGUERSI

CHARDONNAY
BIANCO PER ECCELLENZA IL VITIGNO PIÙ DIFFUSO AL MONDO

TRA INNOVAZIONE E INGREDIENTI DOP, IL GELATO DIVENTA SOSTENIBILE

FOOD SERVICE · RISTORANTI · HOTEL · PIZZERIE · PASTICCERIE · BAR · TURISMO · GDO E RETAILER

il direttore

Alberto Lupini

E ora pensiamo al Rinascimento del turismo e dei nostri locali

Aprile sarà decisivo per il salvataggio del turismo estivo. L'aumento delle vaccinazioni e il decrescere dei contagi ridurranno progressivamente le restrizioni per permettere a bar, ristoranti e hotel di riorganizzare il loro lavoro. Da mesi c'è il tam-tam costante di chi, sfidando la logica, pronuncia il mantra del "riaprire" come fosse la parola magica con cui tornare alla "normalità." Ma con buona pace dei politici o dei nuovi capipopolo che pensano basti urlare in piazza, se si apriranno le porte di ristoranti, palestre o teatri, non sarà certo per queste "pressioni," ma perché lo permetteranno la scienza e il senso di responsabilità dei gestori.

Non c'è nessun "apriti Sesamo," né alcun genio della lampada che possa cambiare la situazione. Anzi, il "riaprire," è un termine forse sbagliato. Almeno per un po' non ci sarà alcun ritorno alla normalità. Finché il covid non sarà sconfitto in tutto il mondo, non saremo al sicuro. Potremo vivere certamente "più sicuri" di oggi, ma pensare che si possa tornare agli abbracci, alle resse di un tempo o ai locali sovraffollati sarebbe un'illusione che rischieremmo di pagare amaramente.

Tutti vogliamo tornare a viaggiare, cenare al ristorante, prendere un aperitivo o dedicarci al tempo libero. Ma, lo ripetiamo, per un po' di tempo nulla potrà essere come prima. E ciò vale anche per i pubblici esercizi, che hanno pagato il prezzo più alto di questa crisi. Per molti di quelli che sono sopravvissuti alla moria di chiusure e fallimenti non potrà essere un ritorno al tempo ante covid. Non ci sarà una semplice "riapertura." Ci sarà invece una sorta di rifondazione di ogni locale per il dopo covid. Come nel Rinascimento dopo la peste erano cambiate molte cose, così avremo nuovi modelli.

Dall'inizio della pandemia abbiamo illustrato tutti i cambiamenti che ci sarebbero stati. L'asporto e la delivery non potranno certo essere abbandonati. Né i nuovi sistemi di prenotazione o le relazioni online con i clienti. Le igienizzazioni e i distanziamenti dovranno tutti essere confermati e anzi rafforzati. Ci saranno nuovi menu nati dalla ricerca di questi mesi per valorizzare sempre più territorio e produzioni di qualità, all'insegna della tracciabilità e della sicurezza. Cambieranno i ricarichi sul vino e la sala avrà più peso vista la possibilità di dare più attenzione e servizio ai clienti che, ripetiamo, inizialmente saranno meno che in passato. Ci sarà l'impatto di nuove catene di fast food e lo sviluppo delle dark kitchen.

Insomma, escluso un semplice "riaprire," in molti casi ci saranno vere e proprie "nuove aperture" negli stessi locali e con lo stesso personale. Ciò che resterà intatto, ne siamo certi, sarà il desiderio di fare questo lavoro e valorizzare le Cucine italiane e la filiera agroalimentare. Sarà un Rinascimento del nostro turismo. Ed è a ciò che bisogna puntare con fiducia e ottimismo, resistendo nell'ultimo miglio senza cedere a scoramento o rabbia, utili solo a criminali e demagoghi.

Oggi ciò che conta davvero non sono gli aiuti dei "Sostegni," pure fondamentali, ma avere la volontà di vincere le nuove sfide con obiettivi e progetti chiari. E magari con locali covid-free.

L'idea di poter ritornare alla "normalità" precedente alla pandemia è solo un'illusione. Passata l'emergenza, i locali riapriranno adottando nuove soluzioni. Sarà un Rinascimento del nostro turismo. Più che contare sui "Sostegni", dobbiamo avere la volontà di vincere le nuove sfide con progetti chiari

Per i tuoi commenti cerca il codice 75925 su **www.italiaatavola.net**

In copertina

I maestri gelatieri di tutta Italia, tra creatività e innovazione, cercano il ritorno alla tradizione e la sostenibilità della filiera. L'obiettivo è stupire, grazie anche all'utilizzo di ingredienti ricercati. Lo stop imposto dalla pandemia non ha rallentato i consumi, che hanno potuto contare su asporto e consegna a domicilio

In copertina: Vetulio Bondi (foto: Gianni Ugolini)

Sommario

Questo simbolo indica che l'azienda ha uno shop online. Clicca e scoprilo!

CERCA GLI APPROFONDIMENTI SU WWW.ITALIAATAVOLA.NET

Questo simbolo in coda a un articolo indica che sul quotidiano online www.italiaatavola.net ci sono versioni più ampie del testo, approfondimenti o gallery fotografiche consultabili inserendo nel campo cerca per codice o parola chiave il numero che lo affianca.

Questo simbolo indica che c'è un video

Rocco Pozzulo
Presidente Nazionale Fic

Tutela del cuoco professionista Fic contro i poteri forti

Spesso si pensa alla storia di Davide e Golia come a una metafora per spiegare come anche l'essere più piccolo e irrilevante possa raggiungere mete e risultati insperati contro forze superiori. A causa del Covid-19 i forti poteri finanziari americani, per limitare al massimo le loro perdite economiche in borsa e recuperare speculando su aziende in grave crisi, avevano messo in atto una serie di manovre di compravendite azionarie, non certo etiche, ma del tutto legali. Le perdite occupazionali dei lavoratori e la chiusura di piccole attività, nel vorace mondo finanziario, fatto solo di numeri e soldi, sono solo uno dei tanti "effetti collaterali" di un sistema ritenuto usuale dai poteri forti. Presa di mira, dai broker incaricati, la famosa GameStop, società americana di video giochi, che in poco ha visto precipitare il proprio titolo in borsa, poi "manipolato" e sfruttato a piacimento.

I patiti del virtuale, attraverso la piattaforma "Acquisto Titoli - online", hanno fatto salire in poche sedute di Wall Street il titolo, da -40% a +40% e oltre, con un incremento del titolo nominale di oltre il 400%, ancora prima che i poteri forti della finanza capissero cosa stava succedendo in borsa. Tantissimi piccoli risparmiatori e finanziatori, richiamati dal "tam tam" virale della buona causa contro i "Golia" di turno, hanno salvato dalla rovina un'azienda e i suoi dipendenti.

Questa notizia mi ha ricondotto, anche se in forma diversa, alla battaglia che la "piccola" Federazione italiana cuochi sta facendo per il riconoscimento della professione di cuoco come attività usurante e fonte di numerose patologie. Ebbene, dopo anni di raccolta dati da parte del nostro Giuseppe Ferraro del Dipartimento Lavoro Fic e con la collaborazione medica e scientifica dell'Università degli Studi dell'Aquila, grazie agli studi del professor Vincenzo Quinzi e della dottoressa Sabina Saccomanno; del dottor Antonio Cerasa dell'Ibfm-Cnr di Catanzaro e del professor Luca Revelli dell'Università Cattolica di Roma, è stato presentato un atto parlamentare alle Commissioni Lavoro e Affari Sociali della Camera dei Deputati il 5 gennaio scorso.

Un primo passo che potrebbe condurre ad una prospettiva di pensionamento anticipato per l'intera nostra categoria, in special modo per quegli "over 60" e per chi soffre di serie patologie, sollevandoli così da preoccupazioni e tutelandoli dall'attuale, e purtroppo ingrata, legge di "mercato", che designa i cinquantenni troppo vecchi per trovare una nuova occupazione, mentre per lo Stato sono confacenti e più che idonei per esercitare sino ai 65 anni e oltre!

Sono convinto che il percorso sarà ancora lungo prima di giungere ad una legge, ma la Fic non verrà mai meno alle proprie lecite convinzioni. Dovremo sempre affrontare avversità, difficoltà e situazioni incomprensibili, come per l'emergenza sanitaria attualmente in corso. I "giganti", credetemi, sono una metafora solo delle nostre paure, delle nostre insicurezze e dei nostri dubbi, dubbi di persone sensibili e del tutto umane.

Per i tuoi commenti cerca il codice 74212 su **www.italiaatavola.net**

Enrico Derflingher
Presidente Euro-Toques International e Italia

Euro-Toques Una squadra in crescita Guardiamo avanti con ottimismo

Siamo una squadra di oltre 300 professionisti. Un gruppo che cresce, come ha testimoniato la Guida Euro-Toques 2021 fresca di stampa. Una Guida che riassume nelle sue pagine i valori della nostra associazione: la ricerca della qualità, la scelta quotidiana di utilizzare in cucina solo materie prime di eccellenza, la volontà di proporre una cucina che sia etica prima di tutto, del territorio, della tradizione. Del resto, è bene ribadire il concetto che i soci Euro-Toques sono prima cuochi e poi, anche, ristoratori. Una caratteristica che ci distingue. Un punto di forza anche in questo momento difficile.

La situazione è grave e in continua evoluzione. Il Consiglio direttivo di Euro-Toques International si riunisce ogni primo lunedì del mese via web per analizzare una situazione sempre più complessa e stringere i ranghi. Proviamo sconforto e preoccupazione, certo, ma abbiamo anche voluto e vogliamo fermamente dare un messaggio positivo di speranza: andare avanti per immaginare e creare la cucina della rinascita. Le singole delegazioni di Euro-Toques hanno voluto guardare oltre e hanno messo nero su bianco una petizione da inoltrare alla Commissione europea.

La rinascita parte dalla selezione dei produttori, dagli allevamenti rispettosi dell'ambiente e del benessere animale che è da sempre nostro scopo e valore. Noi cuochi diamo importanza alla qualità dei prodotti, alla loro stagionalità e ai territori nei quali hanno origine. Difendiamo un modello di allevamento fatto di piccole realtà produttrici, con animali allevati all'aperto e nutriti di erba e fieno. Ci battiamo per selezionare con attenzione le razze, porre in risalto il lavoro dei nostri allevatori, promuovere il sapere dei nostri artigiani, educare il consumatore a un'alimentazione equilibrata e lottare contro gli sprechi.

Le "missioni" di Euro-Toques Italia all'estero per promuovere l'eccellenza della nostra cucina, pur tra mille difficoltà, non si sono interrotte del tutto. I risultati sono stati straordinari, ma dobbiamo impegnarci ancora per tenere alta l'attenzione sull'importanza della certificazione europea Dop e Igp, promuovendo l'educazione gastronomica in particolare per i più piccoli. C'è molto da fare ma il percorso è tracciato. Con questa nuova edizione della Guida rafforziamo la nostra squadra, che cresce anno dopo anno, e cerchiamo di guardare al futuro con ottimismo.

Per i tuoi commenti cerca il codice **75710** su **www.italiaatavola.net**

Roberto Lestani

Presidente Fipgc

I lunghi tempi della pandemia ci permettono di sperimentare

Ci siamo lasciati alle spalle una Pasqua che ha voluto mettere insieme tradizione e innovazione, facendo sfilare anche una produzione di colombe e uova in alcuni casi molto creativa. E oggi a tutti gli effetti navighiamo nel mare dei dolci primaverili. Con lo sbocciare del nuovo corso della natura è il momento di sperimentare e di trovare nuove soluzioni in laboratorio. I tempi dilatati della pandemia, se da un lato ci hanno penalizzato, ci consentono però di organizzare al meglio i pensieri e di concentrarci sui concetti da sviluppare.

Passata Pasqua, abbiamo tempo per concentrarci su aspetti importanti della pasticceria, come la qualità e le intolleranze. Dobbiamo trovare qualcosa di nuovo che conquisti il mercato

Due i blocchi di partenza. Puntare in maniera ancora più decisa sulla qualità di ogni aspetto della filiera produttiva e affrontare con determinazione il terreno delle intolleranze e delle allergie. La cosiddetta "free from" è una declinazione professionale che necessita maggior attenzione nel nostro settore. La ricerca metodica e uno sviluppo operativo articolato sono snodi fondamentali.

Altri aspetti da considerare e che meritano una riflessione approfondita sono la rivisitazione della tradizione, come si è già visto nel caso dei dolci da ricorrenza del periodo pasquale, e l'innovazione, per quanto riguarda in particolare la struttura e i gusti. Una strada da percorrere può essere quella inerente

all'abbinamento caldo-freddo al palato impostando diverse strutture, più o meno leggere, per ottenere una miglior deglutizione e palatabilità.

Sul fronte delle strutture, l'effetto crunch ha aperto da tempo uno scenario lungo tutto l'orizzonte gastronomico, ma le suggestioni in materia sono infinite, a maggior ragione nei settori pasticceria, gelateria, cioccolateria.

Per meglio definire il nostro raggio d'azione all'insegna dell'innovazione consideriamo di dover destrutturare un dolce, così da analizzarne ogni singola componente e cogliere lo spunto più azzeccato per avviare la nostra sperimentazione. Da qui parte la diversificazione dell'offerta,per stimolare e sedurre il mercato. In ultima analisi, è necessario fidelizzare lo stesso anche intorno al "nuovo".

Per i tuoi commenti cerca il codice **75742** su **www.italiaatavola.net**

Debic

Angelo Musolino
Presidente Conpait

Conoscenza e formazione forgiano i pasticceri di domani

Esperienza, professionalità ed amore per la pasticceria. Questa è la Confederazione Pasticceri Italiani (Conpait) che è, anche, la prima associazione di categoria in Italia. Un punto di riferimento, ormai, per gli addetti ai lavori o per chi vuole trasformare l'amore per la pasticceria nel proprio lavoro futuro. Io, Angelo Musolino, presidente, insieme a tutti i componenti dell'associazione, voglio ancor di più incidere in questo settore che è in crescita costante. Dolci, pasticcini, creme, gelati, dragée, pralinati... Il mondo della pasticceria è il più variegato e la Conpait si propone di dare nuova spinta per formare nuovi pasticceri e migliorare ulteriormente tecnica e qualità. Come? Su due distinti "fronti": da una parte la formazione, dall'altra la conoscenza.

La formazione è la parola-chiave per il successo delle aziende. Il futuro dei pasticceri dipende dalla loro capacità di aggiornarsi, apprendere nuove competenze, stare al passo con le trasformazioni del mercato, dalla conoscenza degli ingredienti e della tecnologia. I campionati italiani di pasticceria, per esempio, sono organizzati e pensati da Conpait per dare visibilità alla categoria e stimolare i giovani.

L'associazione di categoria inoltre organizza, in tutta Italia, corsi di formazione di pasticceria, gelateria, cioccolateria, lievitati, marketing e comunicazione e di tutto ciò che concerne il settore e la sua evoluzione, che hanno l'obiettivo di preparare gli allievi anche e soprattutto con attività pratiche di laboratorio.

Poi c'è la conoscenza. La novità del 2021 risiede nel nuovissimo magazine pronto alla prima pubblicazione. Una rivista di settore aggiornata, ricca di rubriche, indirizzata ai pasticceri. Attraverso questa attività e l'organizzazione di corsi ed eventi, cerchiamo di contribuire alla crescita di un settore in continua evoluzione e incessante rinnovamento.

Il magazine probabilmente sarà distribuito il prossimo mese, con tre numeri in embrione il cui focus vuole essere valorizzare, impreziosire e comunicare quel che accade nel mondo della pasticceria italiana incentrato sulle più moderne tecniche di elaborazione, eccellenti materie prime e nuove tendenze di decorazione.

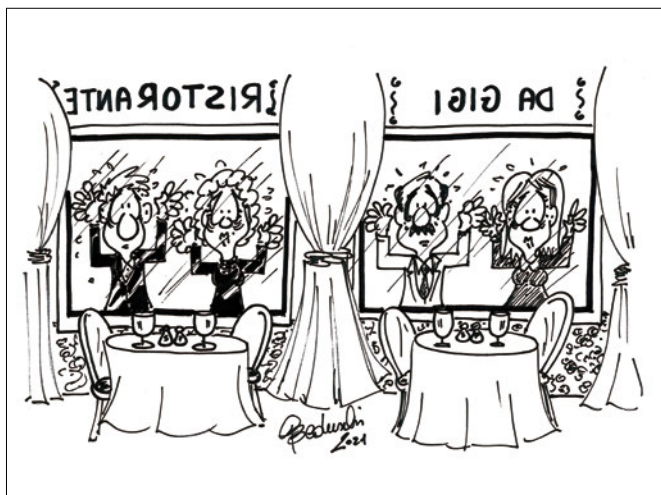
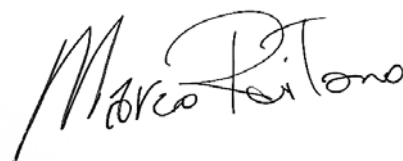
Le torte moderne, le monoporzioni, i lievitati, lo zucchero artistico, le torte da forno, sono alcuni esempi di come il pasticcere mette le sue preziosi mani al servizio del gusto, spesso e ovviamente altrui, e che saranno raccontate nelle tre uscite annuali della rivista. E ancora pillole di storia della pasticceria, i dolci regionali, le comunicazioni sindacali, le interviste ai pasticceri italiani, i corsi, i concorsi e gli eventi, come il simposio "La Colomba tra tradizione e innovazione" che si è tenuto lo scorso 15 marzo o il corso "Aerografia per la decorazione in pasticceria" in programma il 28 e 29 aprile prossimi.

Tutti i dettagli nel primo numero di "Pasticceri d'Italia", questo il nome del nuovissimo magazine. Stay tuned!

Per i tuoi commenti
cerca il codice **75787**
su **www.italiaatavola.net**

Marco Reitano

Presidente Noi di Sala

Ospitalità tutta in "zona rossa" Si poteva fare di meglio

La pandemia da Covid-19 ha avuto un impatto durissimo sulla ristorazione. Il settore più colpito è stato proprio quello dell'accoglienza, alberghi e ristoranti hanno pagato il prezzo più alto. In effetti era prevedibile sin da subito: per mangiare e bere vengono meno i dispositivi di prevenzione del contagio (mascherina), e tutti i punti di ristoro sono finiti drasticamente in un unico grande cassetto amministrativo "Red Zone". Se qualcuno dovesse chiedermi un parere personale a riguardo direi che la questione si poteva gestire meglio. Esiste un valore psicologico/sociale della ristorazione che non è stato affatto considerato. Valutare meglio questo aspetto, il suo peso, il suo impatto sociale, avrebbe potuto alleviare da un lato la depressione da isolamento della popolazione e garantire dall'altro la "sopravvivenza" di tante piccole/medie imprese.

Il pubblico frequenta bar e ristoranti con l'intento di migliorare il proprio benessere psico-fisico, e diciamo che parlando di cure "palliative" per una stagione pandemica, la ristorazione avrebbe potuto dare un suo ampiamente sottovalutato contributo. Poter frequentare un ristorante con ambienti e personale in completa sicurezza avrebbe di certo diminuito notevolmente la necessità di assembramenti casalinghi/clandestini dove probabilmente alcune norme di sicurezza sono venute a mancare e i rischi di contagio sono stati in alcuni casi più elevati che nei locali pubblici.

Mi rendo conto della complessità della gestione legislativa/amministrativa del periodo, ma non posso non sottolineare anche il fatto che nel nostro settore non c'è stata alcuna distinzione, ad esempio, fra cocktail bar, pub, trattoria, fine dining, discoteca, etc. Quando invece questo andava fatto. Siamo stati tutti stretti in un angolo senza alcun schema che prevedesse l'analisi delle molteplici e sostanziali differenze di "sicurezza" tra una tipologia di locale di somministrazione e l'altra. Le critiche in questa direzione sono arrivate da più parti ma, pace, è andata così.

Anche se molto pesante, l'esperienza è però sempre esperienza: le continue aperture e chiusure non sono state del tutto inutili, e dobbiamo farne tesoro. La capillare raccolta dati durante questa imprevista pandemia ci permetterà in un'eventualità futura di distinguere meglio gli ambienti o le abitudini più rischiose in relazione alle statistiche di contagio raccolte. Questo includerà una più centrata analisi socioeconomica in cui probabilmente i ristoranti non avranno la peggio. Le strategie evolveranno, ci attende un futuro più consapevole, futuro che sarà "colorato" dalle folle di avventori che non vedono l'ora di tornare nei nostri ristoranti del cuore.

Marco Reitano

Per i tuoi commenti
cerca il codice **75711** su **www.italiaatavola.net**

Ezio Indiani

Presidente European Hotel Managers Association

Con le giuste competenze un leader trasforma la crisi in opportunità

La pandemia è stata sicuramente uno spartiacque per quanto riguarda il lavoro in azienda e, tra le altre cose, la figura stessa del leader. Questa crisi, che ha avuto al centro la persona, ha coinvolto e coinvolge tuttora tutto il mondo sociale e lavorativo. Partendo da questi presupposti, le reazioni che dovremo mettere in campo influenzeranno le scelte e l'organizzazione delle aziende e dei leader, i quali nel prossimo futuro saranno impegnati ad affrontare una ripresa che si preannuncia difficile e complessa ma, allo stesso tempo, anche ricca di opportunità.

L'azienda dovrà essere agile, basarsi su ruoli che abbiano come prime caratteristiche fluidità e versatilità. Quindi, capacità di adattamento tra nuove regole di lavoro e gestione del lavoro tra presenza in ufficio e smart working.

Il leader deve essere deciso quando è necessario prendere delle decisioni: analizzare il contesto, lasciare in disparte l'emotività e muoversi in tempi brevi. Il leader, all'inizio della crisi, ha dimostrato una grande capacità di "reazione", gestendo i primi momenti dell'emergenza. Con il passare di giorni, settimane e mesi però questa reazione non è bastata più: si è resa piuttosto necessaria una capacità di pro-azione, quindi fermarsi, pensare, valutare, analizzare e poi decidere.

Il leader in questo periodo di pandemia deve mostrare grande flessibilità e capacità di adattamento. Le scelte effettuate non si riveleranno sempre corrette, in un contesto così incerto. Pertanto, la capacità di riconsiderare quanto deciso e rimettersi in gioco, allineando l'operatività alle nuove necessità, è cruciale.

Abbiamo imparato a comunicare utilizzando nuove tecnologie. La comunicazione crea nei collaboratori, a tutti i livelli, molta empatia, grazie alla quale è possibile entrare più facilmente in sintonia con le persone con le quali si interagisce. Questo aiuta a gestire lo stress dovuto ai cambiamenti in atto.

Competenze come decision making, reazioni veloci, flessibilità, capacità di adattamento, capacità di autocritica, saper comunicare, gestione dello stress (proprio e dei collaboratori) sono per un leader fondamentali, affinché si rendano ottimali le relazioni con i propri collaboratori e la guida dell'azienda. Lo scopo è uno e chiaro: superare le crisi e proiettarsi verso mete sempre più ambiziose.

Ricordiamo che una relazione, per funzionare bene, deve essere come un conto corrente: non può andare in rosso, deve sempre essere in positivo; le competenze che abbiamo descritto ci permettono di mettere al centro la persona e quindi di mantenere il segno + per gli obiettivi prefissati.

Per i tuoi commenti cerca il codice **75739** su **www.italiaatavola.net**

Valerio Beltrami

Presidente Amira

Coccolare il cliente, la carta vincente in sala

Sono passati 12 mesi, 54 settimane, 365 giorni da marzo 2020, quando nella nostra vita è arrivato, anzi, si è insediato un ospite indesiderato: il Covid-19. Dopo tutto questo tempo sorge spontanea una riflessione. Noi operatori del settore siamo abituati a chiamare cliente chi entra nel nostro locale; io personalmente lo chiamo ospite, per trasmettergli un senso di casa: un po' come se si stesse ricevendo in famiglia un nostro parente, conoscente o amico... Si fa di tutto per farlo stare bene, per farlo sentire gradito. Così deve essere per un cliente, deve sentirsi un ospite che entra nella nostra casa, nel nostro hotel, bar o ristorante. L'ospite è lo scopo del nostro lavoro, la persona più importante, la ragione della nostra fortuna, una persona, non una cosa.

Una volta terminata la fase emergenziale, dovremo tornare in sala e far sentire i nostri clienti come ospiti, come a casa loro. Comprenderne i bisogni e dar loro attenzioni per farci ricordare

Non dobbiamo - né possiamo - dimenticare che la prima impressione che l'ospite-cliente riceverà inciderà su un suo eventuale ritorno al locale. Potrei perfino dire che un buon piatto, una volta degustato, può essere dimenticato, ma chi ci serve e ci coccola resterà nei nostri ricordi.

L'ospite-cliente farà molta attenzione all'ospitalità, la pulizia, la cortesia, la solerzia: queste sono le nostre armi vincenti... Ricordate, un sorriso non ci costa nulla ma da solo è capace di arricchire colui a cui è rivolto, senza impoverire chi l'ha donato.

Dobbiamo imparare a riconoscere i nostri ospiti-clienti: possiamo trovare l'apatico, l'arrabbiato, il difficile, il taciturno, il timido, l'indeciso, l'abituale, quello di passaggio, il turista, i bambini e molti altri. Ognuno avrà bisogno di un'attenzione particolare, personale. Ricordate, non sappiamo mai chi abbiamo di fronte, per questo i nostri comportamenti e savoir-faire saranno fondamentali.

La comunicazione e il fare accoglienza ci consentono una migliore relazione con i clienti e allo stesso tempo ci possono aiutare a proporre e vendere i nostri prodotti, a gestire eventuali reclami. Tutti dettagli che entrano a far parte dell'arte di non farsi dimenticare. È vero che questa pratica non può essere acquisita da un giorno all'altro, ma sono sicuro che appena tutto quello che sta succedendo oggi terminerà (spero molto presto) riproporla al meglio sarà fondamentale. Sarà questa la carta vincente che l'ospite-cliente cercherà.

Per i tuoi commenti cerca il codice **75490** su **www.italiaatavola.net**

Ernesto Molteni

Presidente Abi Professional

Il codice etico del vero barman lo tutela l'associazione di categoria

"Il Boulevardier non si fa così, bisogna farlo Stir&Strain". "In quella scuola di formazione sono tutti degli asini". "Quelli delle associazioni sono vecchi e usano metodi retrogradi". "Quello è famoso perché è raccomandato, l'altro grazie ai social, non sa lavorare, io sono decisamente meglio". "Quello si definisce un mixologist, ma non è capace di fare un americano"... Nel mondo dell'Hospitality bar, oggi, se ne sentono di ogni. Le nuove generazioni di professionisti sono sempre più invidiose, arroganti, presuntuose e spesso hanno come unico obiettivo quello di apparire sminuendo gli altri e inseguendo solo il proprio tornaconto personale. Un mondo pieno di "so tutto io" che raffigura a pieno l'andamento dei social e il fenomeno del "mago della tastiera".

Forse ci siamo scordati cosa vuol dire Hospitality? Ci siamo scordati il vero significato della parola? In italiano è "ospitalità", che a sua volta deriva dal latino hospes e dal verbo hostire che significa "ricambiare". L'avventore è visto come un cliente che deve vivere una "tua" esperienza e non come un ospite a cui devi regalare tutta la tua umanità e sensibilità oltre alla competenza. Oggi a 20-30 anni ci si sente già manager e talvolta: aprendo una partita Iva, diventiamo imprenditori piuttosto che formatori grazie alla comunicazione e alla visibilità.

Per fortuna invece ci sono ancora delle associazioni professionali che credono nei principi etici, nello stile e nelle regole dettate in tanti anni di storia del nostro lavoro. L'appartenenza associativa richiede la condivisione di valori come il piacere, la passione e il rispetto. Il rispetto per i soci, per gli ospiti e per quello che ci rende uniti e coesi: il nostro lavoro. Ciò significa prenderci cura al meglio delle persone e dei luoghi che ci circondano. Riconosciamo la dignità dell'uomo e i diritti umani. Questi valori ci guidano nel nostro modo di vivere, lavorare e gestire le attività associative di ogni giorno; sono il fulcro intorno a cui ruota il nostro codice etico e di comportamento. Aderirvi è parte integrante del modo in cui conduciamo la nostra vita associativa. È sull'impegno di tutti che si fonda il suo successo, fatto di rispetto e trasparenza verso i nostri soci e colleghi, nonché verso gli ospiti. Ciò ci qualifica sia come associazione, ma soprattutto come singoli, sia nel mondo lavorativo che nelle relazioni della vita quotidiana.

Abi Professional è una grande associazione. Combinare la nostra esperienza e passione assumendo la responsabilità in nome dei nostri valori ci consente di crescere come persone, come professionisti e soprattutto come gruppo. Sempre perseguiremo la salvaguardia di questi principi. In amicizia.

Per i tuoi commenti cerca il codice **75786** su **www.italiaatavola.net**

TRA INNOVAZIONE E INGREDIENTI DOP, IL GELATO DIVENTA SOSTENIBILE

I maestri gelatieri di tutta Italia, tra creatività e innovazione, cercano il ritorno alla tradizione e la sostenibilità della filiera. L'obiettivo è stupire, grazie anche all'utilizzo di ingredienti ricercati. Lo stop imposto dalla pandemia non ha rallentato i consumi, che hanno potuto contare su asporto e consegna a domicilio

di ***Monica Di Pillo***

Celebrato anche da una "Giornata europea", il gelato artigianale non conosce ostacoli e si apre alla sostenibilità, che attinge dalla dispensa delle Dop di ogni regione. E se la pandemia ha impedito in Italia e all'estero di sedersi in gelateria, non ha fermato la creatività dei maestri gelatieri. E nemmeno i consumi, spinti spesso dall'asporto che ha consentito ai clienti di ricevere direttamente a casa i loro gusti preferiti. E così accanto a gusti classici - come fiordilatte, stracciatella, nocciola e limone, ritenuti dai più le sentinelle del "buon gelato" - si affiancano gelati al confetto, al pane, al cantuccio e ad una serie di creme mantecate, aromatizzate con prodotti Dop: dalle Arance Pernambucco al Pistacchio di Bronte.

Prima di addentrarci nel viaggio alla scoperta dei gusti più sfiziosi, tra audacia e sostenibilità creativa, è necessario ricordare che il gelato si divide in quattro grandi famiglie, quattro metodologie completamente diverse l'una dall'altra: le creme bianche, come fiordilatte, stracciatella, pistacchio, nocciola, che partono da una base bianca; le creme gialle, pasticciera, malaga, spagnola; i cioccolati; la frutta.

Il gelato alla frutta è il più difficile in assoluto, a detta di tutti i maestri gelatieri; in particolare il limone è quello che crea più problemi. Il limone infatti ha pochissimo fruttosio, tantissima acqua, una parte acida importante e tende a granitare. Ma la sfida limone è oggi affiancata da gusti sempre più esperienziali, che rientrano nei comfort food, perché spesso ricordano la merenda della nonna.

Vetulio Bondi: «Il gelato gratifica palato e anima»

È il caso dei gusti creati da **Vetulio Bondi**, al timone de "I Gelati del Bondi" in centro a Firenze e presidente dell'associazione Gelatieri Artigiani Fiorentini, vincitore nel 2018 del sondaggio Personaggio dell'anno di Italia a Tavola, nella categoria Pasticceri. «Le tendenze della gelateria oggi risentono dell'esigenza di circolarità e sostenibilità - spiega - perché ➔

Premiazione di Vetulio Bondi, Personaggio dell'anno 2018 nella categoria Pasticceri

Mantecado di Elisabetta Filippello

il gelato si fa con il cuore e deve gratificare tanto il palato quanto l'anima. Così io da tempo utilizzo il pane per i miei gelati, o meglio utilizzo il Filone Toscano Dop, quello che viene definito sciapo. Lo uso tostato e aromatizzato con l'olio per il crumble, con cui guarnisco e manteco molti gusti».

Tra questi, uno è particolarmente caro al maestro fiorentino: Pane, olio e cavolo nero. «Da piccolo - ricorda - mia nonna, che aveva un banco di verdure al mercato di San Lorenzo, mi preparava per merenda il pane, alcune volte tostato, con olio e cavolo nero. Così ho ricreato questo gusto, utilizzando una base di gelato con olio d'oliva, polvere di cavolo nero e crumble di pane e sale. Così come ho sperimentato un sorbetto al lampredotto con cui ho farcito un panino, rivisitando un classico della tradizione gastronomica fiorentina; e sorbetti realizzati con i grandi vini toscani, dal Sassicaia all'Ornellaia. Ovviamente le materie prime sono fondamentali: quest'anno per il 1° aprile ho lanciato il fiordilatte fatto con la panna delle mucche felici, che vivono in quota e brucano il fieno, che ho aromatizzato con le bucce di mandarino, il rosmarino e le mandorle tostate».

Ingredienti e tecniche sempre più ricercati

E accanto alla semplicità di Vetulio Bondi, c'è la creatività dei maestri gelatieri della nota gelateria Ciacco di via Spadari a Milano, che hanno ideato il primo gelato barricato d'Italia, risultato di una miscela a contatto col rovere infuso per circa 10 giorni a 65°C, che viene servito insieme a una granita al rum invecchiato 17 anni in barrique.

Poi c'è chi sceglie, come **Elisabetta Filippello**, della gelateria Salotto di Dolcezza a Genova, un "mantecado" da podio ideato in occasione del Gelato Day. «Il nostro mantecado - precisa Filippello - attinge dai prodotti della tradizione ligure per interpretare un classico della gelateria. Noi lo facciamo con la crema pasticcera all'antica, con le uova fresche, aromatizzata con scaglie di cioccolato e una salsa alle Arance Pernambucco, che sono tipiche nella nostra regione e antichissime, perché risalgono ai tempi degli scambi commerciali tra Brasile, Portogallo e Liguria. Si

TUTELA DEL GELATO ARTIGIANALE NASCE L'ACCADEMIA PER PROFESSIONISTI

Non tutti i gelati sono uguali e, spesso, si rischia che nella quantità delle proposte si perda la qualità delle referenze. Per questo è nata l'Accademia del Gelato Artigianale "Alberto Pica". Obiettivo: favorire la tutela del gelato artigianale attraverso un riconoscimento normativo che porti il prodotto semplice, fatto con pochi ingredienti, a basso contenuto calorico e rispettoso dell'ambiente a prevalere sul mercato italiano e internazionale.

La nascita dell'Accademia arriva in un momento difficile per il business del gelato artigianale che, a causa delle chiusure forzate e delle limitazioni agli spostamenti, nel 2020 ha perso il 40% di fatturato a livello nazionale. Calo che, a maggior ragione, richiede l'intervento di una realtà capace di farsi garante del sapere multidisciplinare che contraddistingue il mestiere dell'artigiano gelatiere.

A presentare l'Accademia nella sala del consiglio della Camera di Commercio di Roma sono stati il segretario generale **Claudio Pica**, il coordinatore dell'Accademia Aldo Pasquarella, il presidente AgroCamera David Granieri, il direttore generale AgroCamera Carlo Hausman, il presidente dell'Associazione italiana gelatieri Vincenzo Pennestrì. Presenti anche Paolo Orneli, assessore al commercio della Regione Lazio, il presidente Confesercenti Roma e Lazio Valter Giammaria e il padrone di casa della Camera di Commercio, il presidente Lorenzo Tagliavanti. «Tra gli obiettivi dell'Accademia - ha spiegato Pica durante l'incontro di presentazione - oltre quello di fare formazione e di accompagnare le imprese

Oro lucano, gusto ideato da Luigi Buonansegna

tratta di arance che hanno delle note di vaniglia con un finale amarognolo, una polpa carnosa con una buccia molto spessa che si presta a canditure importanti». Tutti ingredienti che hanno contribuito a rendere il mantecado un gusto "Dop" e assai gettonato.

Ricercatissimo anche l'Oro lucano, gusto ideato da **Luigi Buonansegna**, al timone della gelateria Officine del Gusto di Pignola (Pz). «Si tratta - spiega - di una base di gelato al cioccolato bianco, mantecato con zafferano, Albicocche di Rotondella e Pistacchio di Stigliano, che si trova tra le Dolomiti Lucane, i calanchi di Aliano, le lamie di Pisticci e Craco, in provincia di Matera. Eccellenze della Basilicata che regalano grandi emozioni al palato anche grazie ai gelati».

Infine ci sono anche gusti che si ispirano ai dolci tipici delle varie regioni italiane, come il confetto di Sulmona e il Bocconotto, altro dolce abruzzese, che vengono utilizzati dal maestro pasticcere Fabrizio Camplone, al timone della gelateria Caprice di Pescara. Ma non è tutto, perché le tradizioni si importano pure: è il caso della gelateria Riss Cocktail Bar & Lounge di Porto San Paolo, in Sardegna, che ha lanciato un gusto ai Cantucci d'Abruzzo, sfornati dall'azienda dolciaria Falcone di Moscufo.

Stagionalità e un occhio alla salute

Non mancano poi, nella filiera gelatiera, esempi di integrazione tra aziende e artigiani, come spiegano da **PreGel**, che ha lanciato diversi prodotti pensati per semplificare il lavoro in laboratorio e che permettono di proporre nuovi e accattivanti gusti per la stagione 2021. «In linea con la tendenza salutistica - sottolinea l'azienda - è nato Ciocconero Sprint Zero, un prodotto completo al sapore di cioccolato fondente senza zuccheri aggiunti, ma dolcificato con la Stevia. Poi c'è l'effetto sorpresa da tenere presente quando si compone la propria vetrina. Proprio per andare incontro a questa esigenza, PreGel propone due golose nuove salse per stupire i propri clienti: Arabeschi Nocciolita, un'avvolgente salsa alla nocciola arricchita da granella di nocciole e croccante, e Arabeschi Strudel, ricca di mele in pezzi, uvetta e una gradevole nota di cannella. Altri prodotti capaci di donare un tocco di originalità e colore al gelato sono CrumbOlé Limone, un prodotto molto versatile capace di dare una nota croccante e fresca sia per applicazioni di gelateria che

italiane ad affacciarsi con consapevolezza sui mercati internazionali, c'è la promozione di un gelato di qualità. In attesa di un riconoscimento normativo di un gelato di qualità, infatti, il nostro obiettivo è favorire il Made in Italy e gli accordi di filiera, come quello che abbiamo sottoscritto con Coldiretti». L'Accademia, che ad oggi conta 4.200 iscritti, avvalendosi di un team di docenti specializzati e di collaboratori qualificati offre corsi di formazione per i gelatieri e per tutti coloro che vorranno diventarlo, assistenza, demo dimostrative, incontri di approfondimento e stage. Tra le iniziative immediatamente rese possibili dall'Accademia, la realizzazione di una guida sul gelato, voluta dall'Arsial e dal suo presidente Mario Ciarla e in collaborazione con l'Agrocamera, nella quale si possono trovare ricette sfiziose e soprattutto gelati a basso contenuto calorico e fatti con ingredienti di prima qualità, e stagionalità che aiutano la scelta di un gelato che possa sostituire un pasto e che è completo anche da un punto di vista nutrizionale.

cod 74490

NUOVO GELATO DAL GUSTO ESOTICO SORBETTO AL FRUTTO DEL CACAO

Pazzi per il gelato? C'è una buona notizia per voi. Arriva con questa primavera la novità che può rivoluzionare il mondo sensoriale del cacao applicato alla gelateria artigianale: sbarca, infatti, nelle gelaterie il sorbetto al frutto del cacao, prodotto che è realizzato con l'altro ingrediente fondamentale del frutto del cacao: la polpa del frutto. A proporre il prodotto destinato al mercato della gelateria artigianale e chiamato "Frutto del Cacao" sono Academy e l'azienda italiana Rogelfrut su uno studio di Cabosse Naturals Chocolate con la collaborazione di Ciro Fraddanno, Choco Gelato chef dell'Academy italiana. "Frutto del Cacao" è di colore bianco e contiene il 40% di polpa del frutto del cacao.

Il risultato deriva da una maggiore efficienza nella lavorazione della cabossa di cacao. Nel presentare il sorbetto viene ricordato che «per secoli il frutto del cacao è stato raccolto solo per i suoi semi e nel tempo si è persa l'associazione con il frutto». Viene sottolineato che «proprio come una mela o un'arancia il cacao ha il suo gusto fruttato unico» ed è ricordato che «i suoi alberi crescono nelle regioni tropicali intorno all'equatore, dove il clima caldo e umido favorisce una crescita ottimale». Viene aggiunto che cresciuto sul tronco e sui rami dell'albero, il frutto del cacao, chiamato cabossa, è costituito dalla buccia, la polpa e i semi (fave). È detto inoltre che «i semi vengono lavorati per fare il cioccolato e rappresentano solo il 30% circa della composizione del frutto».
Si precisa che «una volta mature le cabosse colorate vengono accuratamente selezionate e raccolte a mano, pulite e aperte per eliminare i semi e la polpa bianca e fresca e solo una parte di questo frutto viene usato per consentire alle fave di fermentare». Infine si segnala che il frutto del cacao ha un sapore fruttato con una nota esotica. cod 75847

pasticceria fredda, e la linea di coperture dai tanti gusti delle Nuove Coriandoline». Nell'ultimo periodo il servizio delivery si è consolidato anche nel settore della gelateria ed è proprio per questo che da PreGel è nato **Happygelato.com**, una nuova piattaforma che permette al consumatore finale di prenotare il gelato da ritirare direttamente presso il punto vendita o da ricevere tramite la consegna a domicilio.

Esempi di integrazione nella filiera produttiva arrivano anche da **Unilever Food Solutions** che presenta al mondo della ristorazione le nuove Basi Neutre Carte D'Or Professional: Mousse, Sorbetto, Croccante, Mille Torte e Gelatina. «La Base Senza Glutine - spiega Unilever Food Solutions - è ideale per creare una infinità di gusti diversi di sorbetto in base alla stagionalità e ai trend del momento. Di semplice e immediata preparazione a freddo all'interno di frozen machine, sorbettiera, pacojet e mantecatore». Si tratta di gamma completa di 5 prodotti, veloci e semplici da utilizzare, per soddisfare tutte le esigenze con risultati eccellenti garantiti, in linea con le evoluzioni del gusto e con un'attenzione massima al risparmio di tempi e costi.

«I nuovi prodotti Carte D'Or Professional - continua l'azienda - sono semilavorati dal colore e gusto neutri e per questo sono estremamente versatili, personalizzabili e combinabili tra loro per dare vita a dessert originali, gustosi e sempre diversi. Poi ci sono i nuovi Coulis Carte D'Or in 3 gustose varianti di frutta, Mango, Lamponi e Frutti di bosco, per ottenere facilmente ricette fresche, ricche di sapori e colore, con un'altissima percentuale di frutta (87-90%) e pochissimo zucchero».

La praticità, oltre al gusto, è un aspetto importante per i professionisti. Per questo **Fabbri 1905** ha elaborato soluzioni ad hoc: «Ci poniamo come un'azienda sempre più alleata dell'artigiano del fuori casa, con soluzioni pronte all'uso per professionisti e prodotti innovativi, di grande versatilità, capaci di

soddisfare standard qualitativi sempre più elevati e rispondere alle richieste del nuovo consumatore. Emblematica in tal senso è Nonna Rachele, una pasta ultra versatile che ricrea il gusto di base delle preparazioni di pasticceria (burro, uova, farina e zucchero) e consente di realizzare in versione gelato ogni possibile dolce della tradizione e d'inventarne quasi all'infinito. Un solo ingrediente, mille gusti in vetrina. Il prodotto omaggia nel nome la moglie del fondatore dell'azienda, nonché "inventrice" dell'Amarena, a conferma della doppia anima di Fabbri, fatta di solide radici e d'innovazione all'avanguardia, al servizio del professionista».

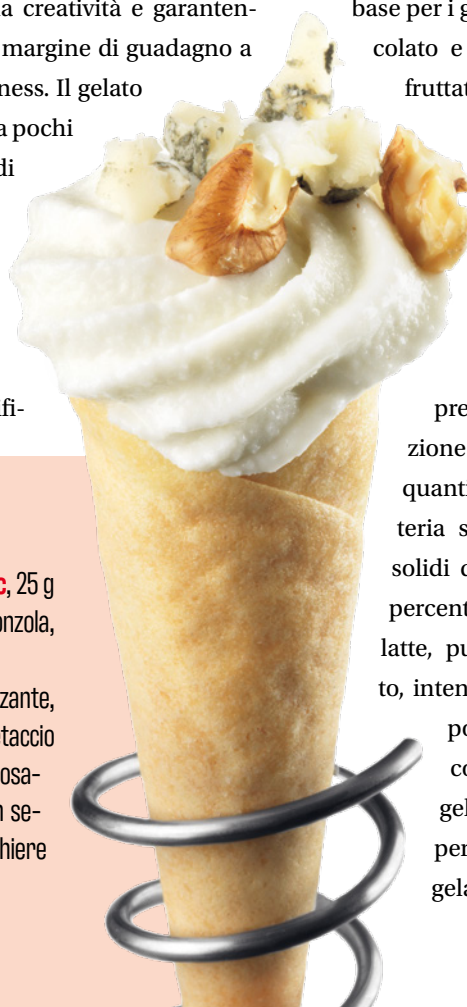
Tecnologia 4.0: frigoriferi intelligenti

Ma le novità riguardano anche i banchi refrigerati, diventati ormai intelligenti, cioè capaci di soddisfare appieno i dettami imposti dall'industria 4.0. «Grazie alla legge di bilancio 2021 (Legge n. 178 del 30 dicembre 2020, art. 1, commi dal 1051 al 1067) che ha rinnovato gli incentivi di Transizione 4.0 per l'acquisto di beni strumentali interconnessi da parte delle imprese - spiega **Enzo Di Serafino**, al timone di Frigomeccanica - stiamo avendo una grande richiesta di frigoriferi con la centralina integrata intelligente, in grado di trasmettere dati ad un cloud e di essere controllati a distanza. Con questi frigoriferi c'è un risparmio energetico perché possono essere accesi e spenti a distanza. Poi trasmettendo tutti i dati di funzionamento ad un cloud, possono aiutare a tenere sotto controllo la filiera del freddo e i prodotti, anche in un'ottica di normativa Haccp. Grazie alle agevolazioni della legge di bilancio, ci sono importanti sgravi fiscali: dal superammortamento ai crediti di imposta, pari al 50% del valore dei beni materiali acquistati. Poi grande fascino lo riscuotono sempre i carretti per i gelati, che se prima del Covid andavano molto bene per i banchetti oggi sono richiesti per street food e attività da svolgere all'aperto». cod 75891

DOLCE O SALATO IL GELATO NON PUÒ MANCARE AL RISTORANTE

Debic

In tutto il mondo, il gelato è il dolce più scelto nei ristoranti. Per non parlare della tendenza sempre più diffusa ad utilizzare il gelato anche nelle varianti salate per arricchire qualsiasi piatto. Grazie a strumenti per la preparazione del gelato sempre più piccoli e a soluzioni come macchine di tipo Pacojet, la produzione di gelati artigianali è accessibile per ogni tipo di cucina o laboratorio, lasciando ampio spazio alla creatività e garantendo un ottimo margine di guadagno a livello di business. Il gelato è composto da pochi ingredienti di base: cristalli di ghiaccio, globuli di grasso, zucchero e bolle d'aria. Modificando le quantità degli ingredienti, si possono creare diverse consistenze e gusti. Per questo si può affermare che non esiste una sola ricetta per tutti i tipi di gelato. La chiave è capire come questi diversi ingredienti interagiscono.

Per il cuoco o ristoratore professionista, una soluzione per ottimizzare il lavoro è creare delle basi versatili da personalizzare. Ad esempio una base per i gusti di nocciola/cioccolato e una base per quelli fruttati. Questo permetterà di non dover calcolare ogni volta la dolcezza, l'intensità e la lavorabilità del composto. Per un gelato di buona qualità, è necessario prendere in considerazione i seguenti parametri: quantità totale della materia secca, percentuale di solidi del latte (non grassi), percentuale di grasso del latte, punto di congelamento, intensità della dolcezza. È poi importante tenere conto del punto di congelamento e della temperatura di servizio del gelato.

Gelato al gorgonzola

Ingredienti: 700 ml latte, 50 ml **Panna Stand & Overrun Debic**, 25 g latte magro in polvere, 170 g destrosio, 30 g zucchero, 100 g gorgonzola, 5 g Cremodan SE30, 5 g sale

Preparazione: riscaldare il latte, la panna, gli zuccheri, lo stabilizzante, il sale e il latte magro in polvere a 85°C. Passare attraverso un setaccio fine e versare il composto sul formaggio. Mescolare e lasciarlo riposare in frigorifero per una notte. Passare la miscela attraverso un setaccio fine e farla mantecare nella gelatiera o congelare in un bicchiere del Pacojet.

Si ottiene una ricetta perfetta se si riesce a creare il giusto equilibrio degli ingredienti. Una buona prassi consiste nell'utilizzare un foglio di calcolo con le percentuali e la formula della ricetta del gelato, da cui poter ricavare le varie ricette. In questo modo il peso degli ingredienti può essere regolato facilmente e l'impatto di questo cambiamento sarà immediatamente visibile e ottimizzerà il lavoro in cucina o in laboratorio.

Gelato al ristorante, l'obiettivo è ottenere un effetto "wow"

«Il gelato nella ristorazione - spiega **Antonio Cuomo**, Culinary Advisor Debic - è una "moda" che sta crescendo in questi ultimi anni. La clientela è sempre più preparata in fatto di cibo e curiosa di scoprire piatti innovativi. Le aspettative sono sempre più alte e la tecnologia rappresenta per i professionisti un valido aiuto per cercare di soddisfare tutte le esigenze e le richieste del pubblico, abbassando nel contempo i tempi di lavorazione».

«Il gelato al ristorante, nella versione dolce ma soprattutto in quella salata, viene utilizzato per dare un "effetto wow" ai piatti - prosegue Cuomo - giocando da un lato sul contrasto caldo-freddo e dall'altro sull'accostamento tra texture differenti. È buona prassi cercare sempre di equilibrare la ricetta nel bilanciamento di grassi e zuccheri. La struttura finale non deve essere troppo "scioglievole" né troppo "rigida". La scelta della panna in questo caso può rivelarsi fondamentale in base alla tipologia di ricetta che si vuole realizzare e al risultato che si desidera ottenere».

«Debic da sempre rappresenta la risposta ai bisogni specifici dei professionisti - assicura Cuomo - con un'ampia gamma di prodotti che sono ottimi sia in termini di qualità che in termini di praticità e di utilizzo. Una panna come la Stand & Overrun di Debic è un valido alleato nella preparazione del gelato poiché permette di ottenere una resa elevata in termini di volume, garantendo inoltre stabilità ed equilibrio dei grassi.

La resistenza allo shock termico, infine, facilita la realizzazione della ricetta e risolve in parte anche il problema del rapido scioglimento del gelato». cod 75534

Per informazioni: **www.debic.com**

Gelato alle sardine

Ingredienti: 600 g sardine, 600 g brodo di pollame, 600 ml Panna Stand & Overrun Debic, 200 g glucosio, 200 g maltodestrina, 6 g Cremodan SE30

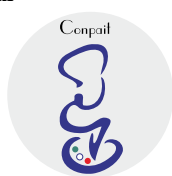
Preparazione: riscaldare il brodo a 65°C e aggiungere le sardine.
Lasciare cuocere per 15 minuti.
Passare attraverso un setaccio fine e aggiungere gli ingredienti rimanenti.
Lasciare questo composto in frigorifero per 12 ore.
Congelare nei bicchieri del Pacojet o mantecare nella gelatiera.

FORMAZIONE E TUTELA PROFESSIONALE

CUOCHI E PASTICCERI ALLEATI FIC E CONPAIT UNITI

Importante accordo di collaborazione tra le due associazioni professionali leader nei propri settori di competenza: la Confederazione pasticceri italiani (Conpait) e la Federazione italiana cuochi (Fic). Tale accordo è finalizzato alla formazione e diffusione di contenuti professionali e alla reciproca promozione di attività, iniziative ed eventi. Un passo avanti rispetto ad un'intesa da tempo in campo, che dà una spinta formidabile a quell'unione di intenti e sinergia che da tempo Italia a Tavola sollecita fra le diverse anime dell'enogastronomia italiana. Ora cuochi e pasticceri potranno fare sentire con più forza e autorevolezza la loro voce nei confronti delle istituzioni, che nell'emergenza Covid hanno spesso "dimenticato", per usare un eufemismo, questo mondo che pure è centrale per il nostro stile di vita, per l'immagine del Paese e per la promozione e valorizzazione della filiera agroalimentare. Il protocollo d'intesa sottoscritto dalle due organizzazioni garantisce più autorevolezza alla voce dei due presidenti.

La stretta collaborazione tra le due associazioni non è proprio una novità, dato che, considerati i settori di co-

mune interesse, entrambe avevano già avviato negli ultimi anni un'intensa e proficua azione di squadra. E proprio per tale motivo adesso hanno avvertito la necessità di creare un protocollo d'intesa che possa garantire, d'ora in avanti, una maggiore e più efficace partnership tra le rispettive realtà associative, che contano migliaia di soci iscritti da entrambe le parti.

La soddisfazione di fare azione comune

Soddisfatti i due massimi dirigenti, il presidente Conpait **Angelo Musolino** (*nella foto sotto*) e il presidente Fic **Rocco Pozzulo** (*nella foto a destra*), i quali hanno voluto sottolineare l'importanza di fare azione comune tra tutte le associazioni che, esattamente come quelle da loro presiedute, rappresentano settori strategici ed essenziali non solo dal punto di vista economico ma, soprattutto, dal punto di vista culturale e professionale sul piano dell'eccellenza e del prestigio italiano nel mondo. Una convergenza che non può che fare ben sperare in vista di un "fare squadra" più generale che riguarda un po' tutto il mondo delle associazioni professionali e i sindacati di imprese (come la Fipe).

Pozzulo: «Faremo sentire più forte la nostra voce»

«Questo protocollo sancisce una collaborazione già in atto da tempo con gli amici e colleghi pasticceri della Conpait - ha detto il presidente Fic Rocco Pozzulo - e certamente giunge in un momento estremamente delicato per tutto il comparto della ristorazione, in cui la voce di migliaia di operatori del settore deve farsi sentire, rispettosa delle istituzioni, ma al contempo forte e decisa. Siamo certi che torneranno anche i grandi eventi dedicati all'agroalimentare e alla gastronomia, e allora cuochi e pasticceri saranno nuovamente interpreti di grandi stagioni della cucina italiana».

Musolino: «Una collaborazione che garantisce più formazione»

Sul valore della formazione ha insistito il presidente Conpait Angelo Musolino: «In questo periodo un accordo come questo dà più respiro a chi vuole entrare in un'associazione a tutela della categoria. Noi oggi possiamo integrarci sempre più col mondo dei cuochi dei ristoranti perché la cucina ha sempre più bisogno di figure professionali specializzate nella pasticceria. Per molti cuochi sarà l'opportunità di partecipare ai corsi di Conpait. Probabilmente faremo inserire nella nostra formazione anche dimostrazioni di dessert al piatto. Ci sarà poi la possibilità che i nostri formatori possano spostarsi e fare corsi nelle sedi della Fic. Attualmente facciamo mensilmente dai 2 ai 3 corsi per regione, vista la situazione Covid. Inoltre da qualche anno abbiamo un corso presso CastAlimenti ("Primi passi in pasticceria") che è molto utile soprattutto per la base teorica e pratica. Non è più tempo di approssimazione e anche negli istituti alberghieri dovrebbero essere aumentati i corsi di pasticceria». cod 75732

Enrico Derflingher, Filippo Sinisgalli, Alberto Lupini, Fabio Silva e Gianni Tarabini

L'IMPEGNO DEI CUOCHI EURO-TOQUES

LA GUIDA PER LA RIPRESA DEI RISTORANTI

Presentata la nuova guida dell'associazione, che continua a crescere: in un anno 80 i nuovi iscritti. L'edizione 2021 conta 321 professionisti in totale, di cui 28 donne, e diventa un simbolo dei valori di Euro-Toques, ma anche della speranza di riprendere presto - come ha sottolineato il presidente Enrico Derflingher - a vivere «momenti di alta cucina e condivisione»

Nonostante le misure anti-Covid abbiano di fatto bloccato persone, famiglie, attività, grandi aziende e intere regioni, esistono cose che non possono essere "bloccate": si tratta dei valori. Gli stessi valori che contraddistinguono realtà come l'associazione di cuochi Euro-Toques Italia, che continua il suo percorso di "resilienza" oltre la crisi e che, dopo le tante attività messe in campo in questo "anno pandemico" per dare supporto al settore, torna protagonista dell'Horeca con la nuova edizione della propria guida: la Guida Euro-Toques 2021, realizzata da Italia a Tavola.

L'edizione 2021, non solo una guida ma anche un simbolo

Del valore di questa guida in formato cartaceo, oltre che digitale, ha parlato il consiglio direttivo di Euro-Toques Italia, che finalmente, dopo più di un anno, si è ritrovato in presenza. Lo ha sottolineato Enrico Derflingher, presidente della delegazione italiana e co-presidente dell'associazione europea. E in questo periodo difficile, un incontro reale e un libro stampato, destinato ad essere consegnato ai clienti dei ristoranti, possono fare la differenza e rappresentare un messaggio positivo per tutti.

«Credo che la scelta di fare una guida "fisica" e non solo digitale come ci si sarebbe potuto aspettare in questo periodo di chiusure - ha detto il direttore di Italia a Tavola e della guida, **Alberto Lupini** - sia importante proprio perché rappresenta, racchiusi in un libro reale, da toccare con mano, non solo tutti i soci di Euro-Toques, ma più ampiamente la ristorazione, la cucina italiana tutta. Questo libro è un segnale che Euro-Toques lancia: la voglia di andare avanti, nonostante tutto. E su questo c'è il pieno appoggio di Italia a Tavola».

Una guida, una filosofia, 321 professionisti

L'edizione 2021 della Guida Euro-Toques riassume, attraverso la vita, il mestiere e l'esperienza dei suoi associati, i valori della stessa associazione: la ricerca della qualità; la scelta - giorno dopo giorno - di utilizzare in cucina solo materie prime di eccellenza; la volontà di proporre una cucina che sia etica prima di tutto, del territorio, della tradizione.

Questa filosofia ai fornelli è protagonista delle pagine dedicate ai 321 cuochi che compaiono in guida, anche se l'associazione ne conta di più: «Ne mancano una trentina - ha spiegato Enrico Derflingher - cuochi, colleghi e amici che non hanno voluto essere per ora menzionati sulla Guida, avendo perso il proprio posto di lavoro, trovandosi in una fase di cambiamento a cui questa pandemia ci ha inevitabilmente messo davanti».

Numeri che, comunque, dimostrano la costante crescita degli associati Euro-Toques: «Siamo aumentati di 80 associati quest'anno - ha detto Derflingher - non siamo mai stati così tanti. Avremo anche a breve un nuovo consiglio direttivo, sia italiano che internazionale; le elezioni dovevano essere fatte l'anno scorso, ma sono state rimandate a causa del Covid-19». ➡

I NUMERI E LE CARATTERISTICHE DELLA GUIDA 2021

Sulla Guida Euro-Toques Italia 2021 sono presenti 321 cuochi, 79 in più rispetto alla precedente edizione. Le donne sono 28. La regione più rappresentata è la Lombardia (71 cuochi), seguita da Sicilia (49), Toscana (28), Campania (22), Emilia Romagna (18) e Lazio (18). 27 i soci italiani che lavorano all'estero. Per sfogliare e acquistare la Guida basta cliccare sul seguente link: italiaatavola-servizi.net/guida-euro-toques.

I soci di Euro-Toques sono Cuochi prima che ristoratori. Questa caratteristica distingue questa associazione dalla gran parte delle altre esistenti in Italia. Per questo motivo, le schede dei singoli soci sulla Guida sono focalizzate sulle esperienze professionali e sulla persona, più che sul luogo di lavoro. Poiché si tratta di professionisti dell'alta cucina, per ciascuno sono comunque forniti l'indirizzo, recapiti telefonici e dei riferimenti sintetici sull'attività (con simboli che rappresentano le varie voci). Ciò vale per la gran parte dei cuochi che lavorano in un ristorante, come pure per gli "Chef consultant". La Guida non contiene recensioni o punteggi, non stila graduatorie e non fa promozione dei locali, ma valorizza semplicemente la professionalità dei soci.

La Guida si rivolge ad un pubblico internazionale: tutti i testi sono in lingua italiana con traduzione in inglese affiancata.

Una pandemia che non solo ha frenato il rinnovo dei vertici Euro-Toques e costretto alcuni associati a preferire il rinvio della propria presenza in Guida, ma che ha messo in difficoltà diverse realtà ristorative e dell'ospitalità, anche solide.

Hanno dato voce alle difficoltà pratiche di questo periodo di emergenza i membri del consiglio direttivo Euro-Toques, di cui riportiamo di seguito gli interventi.

Fabio Silva, consigliere

Fabio Silva, chef del Derby Grill, ristorante gourmet interno all'Hotel de La Ville a Monza, ha affermato: «Ci siamo reinventati. Con le chiusure obbligate abbiamo proposto ai nostri clienti sul territorio la nostra cucina tramite consegna a domicilio. Nonostante questo però la nostra realtà ha comunque sofferto: il Derby Grill fa parte di una struttura alberghiera che sta soffrendo, soprattutto perché la nostra clientela abituale è per lo più straniera».

«Il futuro sarà una nuova sfida - conclude Silva - dopotutto non bisogna mai fermarsi, ma cercare di tirare fuori il meglio da ogni situazione, questo è il nostro motto. Non diciamo che sarà facile, naturalmente: bisognerà rivedere l'essenza stessa della ristorazione, gli investimenti dovranno essere ridimensionati, il ritorno alla normalità - quella pre-Covid - va studiato... Almeno due anni di lavoro saranno necessari».

Gianni Tarabini, consigliere

Condivide lo stesso pensiero il consigliere Euro-Toques e cuoco stella Michelin de La Fiorida, agriturismo a Mantello (So): «Continuiamo a riorganizzarci. Sappiamo che le dinamiche sono e per un po' saranno diverse da come ci eravamo abituati. La nostra idea è far approcciare la nostra clientela, nuova o abituale, alle cose semplici, ai prodotti del territorio».

Filippo Sinisgalli, segretario generale

Il segretario generale Filippo Sinisgalli ha dovuto affrontare, con il suo Palato Italiano, anche il blocco degli eventi all'estero, che per lui rappresentavano prima della pandemia una risorsa importante: «Sostanzialmente riproponiamo tutto quello che abbiamo sempre fatto, solo in una veste diversa, rinnovata. Abbiamo cercato di sfruttare i tempi morti per studiare, per migliorarci, per diversificare».

Prosegue Sinisgalli: «Le persone ormai si sono abituate a non muoversi più. La vera sfida secondo me è offrire qualcosa che dia loro veramente un motivo per spostarsi e, quando si potrà, tornare a vivere. Le aziende non si possono rassegnare a questa tendenza, nata dagli obblighi imposti dalle istituzioni: devono continuare a investire in quello che è il principale settore italiano, turismo e ristorazione».

Maurizio Urso, vicepresidente

Anche Maurizio Urso, vicepresidente di Euro-Toques, che non ha potuto prendere parte all'incontro del direttivo in presenza, ha voluto condividere alcune riflessioni sulla ristorazione di

oggi, di domani, ma anche di ieri: «Prima della pandemia la ristorazione aveva già dei problemi: troppa concorrenza, spesso anche sleale. Penso a coloro che servivano piatti pur non essendo ristoratori, ad esempio. Non era un bel momento. La pandemia ha portato via tanto a tanti: le perdite di fatturato per le varie attività si sono aggirate tra il 40% e il 70%. Bisognerà rimettersi in gioco: ci vorrà coraggio, buon senso ma anche e soprattutto un forte spirito di adattamento».

«Tra le altre cose, dovremo confrontarci con il delivery - ha spiegato Urso - una modalità per molti di noi impensabile. Ma oggi è quotidiana, e lo sarà anche domani, quando lo smart working diventerà parte integrante delle giornate di lavoro di molti».

Tante le iniziative di Euro-Toques a favore del settore

Come il suo direttivo, anche tutta Euro-Toques continua con la resilienza e il supporto ai singoli soci, dimostrato durante tutto il 2020. Grazie anche ad importanti iniziative: la campagna #MiPiegoMaNonMiSpezzo intorno alla gestione socio-economica della ristorazione durante la pandemia; l'iniziativa #SostieniLaRistorazione, organizzata per consentire a tutto il settore della ristorazione di rimanere in vita nonostante l'emergenza; l'hashtag #SiamoCinesi ad inizio crisi, per ricordare l'importanza dell'unità; l'iniziale adesione a #FareRete, movimento che aveva visto molte associazioni unirsi per cercare di far sentire la propria voce; e ora la scelta convinta di aderire alla Fipe, così da contribuire a rafforzare il sindacato più importante del comparto, nonché unica casa che concretamente può rappresentare con forza tutta la ristorazione italiana. cod 75371

Per acquistare la Guida Euro-Toques 2021 visita il sito www.eurotoquesit.com

CICCIO SULTANO «ALL'ITALIA CULINARIA NON SERVONO PREMI MA BUONA VOLONTÀ»

di *Antonio Iacona*

Iniziamo oggi un percorso di coinvolgimento dei grandi chef della cucina italiana a supporto del Team Italia, che si è conquistata la finale al Bocuse d'Or di Lione 2021. Un percorso che rappresenta l'occasione per compattare i cuochi italiani e l'intero sistema, ancor più in questo momento di grande difficoltà, che ha dovuto fare (e fa tuttora!) i conti con le limitazioni imposte dalla pandemia.

La qualificazione ottenuta in Estonia

Risale allo scorso autunno, infatti, in uno scenario anomalo e senza pubblico ma ugualmente emozionante per i concorrenti, la qualificazione tanto sudata quanto meritata del nostro team in Estonia, durante la finale europea del concorso, che a breve vivrà le sue fasi finali su scala mondiale. A sostenere il giovane chef Alessandro Bergamo, sono stati e saranno il suo commis Francesco Tanese, lo chef coach Lorenzo Alessio e, dietro le quinte ma ugualmente fondamentali, il vice-coach Filippo Crisci e gli helper Graziano Patané e Andrea Monastero.

Una squadra compatta e determinata, come lo è l'intera struttura "tricolore", che ha fatto sistema e che è rappresentata dall'Accademia Bocuse d'Or Italia, con il suo presidente Enrico Crippa, il direttore Luciano Tona e il vicepresidente Carlo Cracco, e dalla Federazione italiana cuochi, con il presidente Rocco Pozzulo e il presidente Fic Promotion Carlo Bresciani, cui si aggiungono le aziende partner.

Oltre il Team Italia con Ciccio Sultano

Da qui, dunque, la voglia di coinvolgere anche altri grandi nomi del panorama gastronomico italiano. Questo viaggio con i protagonisti comincia con lo chef Ciccio Sultano, cuoco siciliano di fama internazionale, di lunga esperienza e più volte promotore di un nuovo modo di guardare al ruolo della professione, sia come riferimento nel territorio nel quale il cuoco opera, sia come ambasciatore della nostra immagine nel mondo.

Le sue "chiavi di lettura" della cucina sono sempre state lo studio, la passione, la ricerca e la contaminazione, che fanno da circa vent'anni del suo Ristorante Duomo di Ragusa Ibla "il punto di riferimento dell'alta cucina siciliana ed uno dei ristoranti più seguiti in Italia", che dal 2006 vanta due stelle Michelin. Sensibile alle influenze storiche e culturali dell'isola, Sultano ne ha sempre colto la migliore essenza, traducendola in esperienze culinarie di altissimo livello, senza mai scadere nel "decorativismo".

Un perfetto bilanciamento, insomma, tra mente ed emozione, lucidità ed ebbrezza, con sempre sullo sfondo il rispetto per la natura e per le materie prime, oltre che per il prossimo. Ecco, allo-

ra, il suo punto di vista, molto schietto, su questa prestigiosa competizione e sul ruolo che avrà l'Italia a Lione, ma non solo: anche in un futuro molto prossimo.

Chef, il Bocuse d'Or per i cuochi italiani sembra come l'America's Cup per i nostri velisti e sembra avvicinarsi il momento per conquistarla... Quale può essere la marcia in più per i nostri chef in un concorso così difficile?

Che soffi il vento della verità, che trionfi, cioè, il migliore e che si affermi una cucina della verità.

Secondo molti, anche lo chef più esperto e pluristellato proverebbe soggezione nell'affrontare i rigidi regolamenti e lo stress di questa finale mondiale. Proviamo a fare stavolta un parallelo calcistico: è più facile puntare sullo spirito di squadra o sul singolo?

Qui bisogna attingere alle risorse più segrete di ognuno. Contano il singolo, la personalità, la solidità e la duttilità.

Lei ha un rapporto personale privilegiato con Enrico Crippa, presidente dell'Accademia Bocuse d'Or Italia. Cosa la lega a lui e alla sua cucina?

Ci lega il pensiero del bello e del bene. Ambedue crediamo nel rispetto della natura e, ovviamente, verso il prossimo.

Anche il comparto dei prodotti d'eccellenza italiani comincia pian piano a credere nelle potenzialità dell'Accademia Bocuse d'Or nell'ottica della valorizzazione e della promozione del sistema Italia. Perché rispetto alle altre nazioni arriviamo così in ritardo?

Non mi risulta che il Made in Italy sia in ritardo. Resta un nostro inconfondibile marchio di identità e seduzione a livello planetario. Il Sistema Italia è un sistema che come tutti i sistemi a volte è più brillante, a volte meno.

Parliamo di materie prime: sono l'emblema stesso del prestigio della competizione, cui si aggiungono la maestria, la professionalità, la tecnica degli chef in gara. Se ci fosse un Bocuse d'Or in chiave "mediterranea", su quali prodotti punterebbe?

Non è mai, secondo me, una questione di prodotti, perché non esiste una materia prima in senso assoluto. Prima e dopo un ingrediente c'è la mano dell'uomo, la storia e l'esperienza. Infatti, le ricette come per i profumi non sono solo un insieme di ingredienti.

Una domanda, infine, sul futuro della ristorazione italiana nella fase della ripartenza: se le guide e i riconoscimenti più ambiti, come la classifica dei "50's Best Restaurant", avranno evidenti difficoltà a valutare quest'anno i ristoranti, non crede che un buon piazzamento al Bocuse d'Or possa rappresentare la svolta necessaria?

Come dicevo prima, l'Italia culinaria, a tutti i livelli, dalla pizzeria al ristorante gourmet, passando per osterie e trattorie, non ha bisogno di nuovi esami, ma solo di buona volontà e senso del sacrificio per superare una crisi che non sarà mai l'ultima. cod 75375

SOTTO LA TOQUE: VISIONARIA, INDOMITA, INGEGNOSA

ALESSIA UCCELLINI

di ***Carla Latini***

Alessia Uccellini si definisce "architetto del gusto", con una laurea sui restauri alla Galleria degli Uffizi, un diploma di master "Le Rotte del Gusto" in turismo enogastronomico e prodotti di nicchia (da cui è nato il libro "Piero Della Francesca. Favole in cucina. Ricette, racconti, segreti"), un diploma da sommelier Ais e un diploma da degustatore d'olio Aicoo-Associazione italiana Conoscere l'olio d'oliva. Dal 1998 al 2003 collabora agli allestimenti delle mostre e ai cataloghi della Galleria degli Uffizi, fino a quando il Fiorentino, il ristorante di famiglia fondato nel 1807 a Sansepolcro (Ar), ha bisogno di lei.

Così passa a pentole, fornelli e mestoli. L'amore per la cucina antica la porta a scrivere un libro con Nicoletta Cosmi, "Il Convivio rinascimentale di Sansepolcro" e alla collaborazione con diverse trasmissioni televisive. "A tavola con la storia" per Sky Alice, "Uno Mattina", "Linea Verde", "Mezzogiorno in famiglia", "La prova del cuoco" e l'Eco-cucina di "Geo" su Rai 3.

Insegna alla facoltà di Lettere e all'Accademia del Gusto di Arezzo, alla Purdue University di Fort Wayne in Indiana, alla Seattle University con la Luca Pacioli Society e all'Università di Kyoto. È relatrice in diversi convegni sulla cucina antica e giurata in varie competizioni. Collabora con l'Accademia italiana di gastronomia storica, con la Federazione Cuochi Toscani e con la condotta Slow Food della Valtiberina è inoltre coinvolta in progetti come la Strada dei sapori e del vino e gli Orti del tempo. Intanto, segue con passione il ristorante e gestisce una famiglia con 4 splendide bambine di 10, 8, 6 e 4 anni. Per questo si è spesso meritata il titolo di "mamma chef". cod 75231

• ***Da bambina cosa sognavi di diventare?***
Un'attrice

• ***Il primo sapore che ti ricordi.***
La crema di riso

• ***Qual è il senso più importante?***
La vista

• ***Il piatto più difficile che tu abbia mai realizzato.***
La galantina di pollo con gelatina naturale

• ***Come hai speso il primo stipendio?***
In un albergo con ristorante stellato con terme e spa

• ***I tre piatti da provare almeno una volta nella vita.***
L'impasto dei crostini toscani ai fegatini, la panzanella e il gelato

• ***Cosa non manca mai nel frigo di casa tua?***
Il latte

• ***Qual è il tuo cibo consolatorio?***
Il millefoglie alla crema e i tortellini in brodo

• ***Che rapporto hai con le tecnologie?***
Odio e amore

• ***All'Inferno ti obbligano a mangiare sempre un piatto: quale?***
Prugne bollite e pasta alla pomarola

• ***Chi inviteresti alla cena dei tuoi sogni?***
Esagero: mio marito e le bambine, mio fratello, gli amici cari, i miei genitori e i miei nonni che non ci sono più

• ***Quale quadro o artista rappresenta meglio la tua cucina?***
"Le tre età della donna" di Gustav Klimt

• ***Se la tua cucina fosse una canzone quale sarebbe?***
Un misto fra "Viva la pappa col pomodoro" e "Rossetto e cioccolato"

FORNO A LEGNA
PER UNA PIZZA A REGOLA D'ARTE

Con il boom del delivery, molti ristoranti hanno deciso di ampliare la propria offerta includendo la pizza. Pioggia di ordini per i forni a legna, che garantiscono una cottura perfetta. Fondamentale anche la scelta di ingredienti di qualità, dalle farine all'olio extravergine, dal pomodoro alla mozzarella

di ***Gabriele Ancona***

La cottura è un momento fondamentale nel processo produttivo di uno dei cibi italiani più conosciuti e apprezzati in tutto il mondo: la pizza. Con l'utilizzo del calore si possono ad esempio correggere eventuali errori di lievitazione e di produzione dell'impasto. Bisogna inoltre imparare a conoscere alla perfezione il proprio forno, riuscendo a individuare le condizioni ideali di cottura. Cuocere bene significa impostare tempi di cottura rapidi ed essere preparati nel gestire il forno. Questo implica il fatto di essere informati sulle sue modalità costruttive, capirne le reazioni riguardo il posizionamento nel laboratorio o in cucina e saper leggere la capacità produttiva in termini di temperature e resistenza nel tempo.

«Il forno a legna - spiega **Renato Andrenelli**, presidente dell'Associazione pizzaioli marchigiani - rappresenta la tradizione e la manualità sia in camera di cottura sia all'esterno. Basti pensare alla gestione della legna che, se troppo bagnata, abbassa la temperatura, mentre se troppo vecchia causa la perdita di calore durante la combustione. Per sfruttarne al massimo le potenzialità, il pizzaiolo deve saperla disporre in modo corretto. Inoltre, per ottenere profumazioni derivanti dal tipo di legno utilizzato, la tradizione raccomanda che durante la cottura la pizza debba venire sollevata e tenuta qualche secondo sulla parte alta del forno. Questa operazione è in grado di conferire i particolari aromi derivanti dal legno. All'interno della camera di cottura il fuoco non deve essere spostato in quanto il refrattario per effetto dell'aumento e diminuzione della temperatura si consuma, rischiando di rovinare la platea dove si cuociono le pizze. La professionalità di un pizzaiolo che lavora con forno a legna si esprime anche in base a come mantiene levigata la platea. Per non consumarla non si deve mai usare acqua all'interno del forno quando questo è giunto a temperatura, pena lo sgretolamento del refrattario. Una volta portato a temperatura, il forno va gestito mantenendo costante l'intensità della luce all'interno della camera di cottura aggiungendo legna proveniente dal tronco o dai rami della pianta, a seconda di dove c'è più bisogno di calore, nella platea o nel cielo. La temperatura di cottura della pizza non deve essere inferiore ai 360°C».

Dal mondo delle farine tanto valore aggiunto

La pizza è un piatto che richiede massima attenzione non solo in fase di cottura. Anche la scelta delle materie prime può garantire al pizzaiolo notevoli vantaggi in fase di lavorazione, valore aggiunto che arricchisce il prodotto finito. Da segnalare, a tal proposito, il lancio sul mercato de "laPinsa Easy" della linea Oltregrano di Molino Dallagiovanna. Si tratta di una miscela studiata appositamente per realizzare la pinsa romana, esaltata in genere proprio dalla cottura in forno a legna. Ideale per impasti diretti dalle 24 alle 72 ore di lievitazione, laPinsa Easy rende la produzione dell'impasto ancora più veloce e semplice. «La presenza di farina di soia e di riso - spiega il molino emiliano - conferisce al prodotto finito un gusto connotato e deciso. L'elemento caratterizzante è l'aggiunta del rivoluzionario Tritordeum, cereale ottenuto da un incrocio tra una tipologia di grano duro e una di orzo selvatico, che ha un basso contenuto di glutine ed è ricco di antiossidanti». La nuova arrivata nella linea Oltregrano arricchisce la già ampia proposta di oltre 400 farine di Molino Dallagiovanna sviluppate per i professionisti dell'arte bianca. ➔

> «La farina ideale per la cottura in forno a legna dovrebbe avere un buon tenore proteico, perché le cotture "alla fiamma" sono veloci»
>
> *Nicola Demo*

«Posto che la tipologia di forno per la cottura della pizza non determina una maggiore specificità di prodotto - puntualizza **Ennio Parentini**, direttore generale di Italmill - la nostra farina che può dare più soddisfazione nella preparazione sia della pizza classica che napoletana è la Blu della linea Le Farine del Gusto. È supportata da lievito naturale madre, sempre di Italmill, che conferisce all'impasto della pizza più estensibilità e maggiore sviluppo in forno insieme agli aromi e ai profumi tipici del lievito madre. Sorprendenti le caratteristiche del cornicione, che con la Blu risulta più leggero, scioglievole e alveolato. Questa farina è ideale per una lievitazione che va dalle 24 alle 48 ore massime senza necessità di dover prolungare i tempi e risponde molto bene alle esigenze del professionista che utilizza il forno a legna, ma anche a gas o elettrico, purché impostato alla giusta temperatura».

«La farina ideale per la cottura in forno a legna - interviene **Nicola Demo**, responsabile ricerca e sviluppo per il settore pizzeria di Agugiaro & Figna Molini - dovrebbe avere un buon tenore proteico, perché le cotture "alla fiamma" sono veloci, con uno sviluppo di volume della pizza immediato. Inoltre dovrebbe possedere un'elevata capacità d'idratazione, necessaria per la realizzazione d'impasti per la pizza napoletana con bordo soffice e voluminoso. Il danneggiamento degli amidi della farina ideale deve sempre essere ben controllato. Infatti nelle cotture in forno a legna è indispensabile che la caramellizzazione degli zuccheri sopraggiunga nei tempi corretti e costanti». Tutte le farine della linea Le 5 Stagioni si prestano alla preparazione della pizza cotta nel forno a legna. In particolare, molti maestri pizzaioli apprezzano le referenze dedicate alla Pizza Napoletana, le due farine Rossa e Verde, ma anche le storiche farine Superiore e Oro e le miscele Pizza Soia e Pizza Delight. «La nostra farina Tipo 1 a Pietra - puntualizza Demo - offre prestazioni di alto livello e, soprattutto con lunghe lievitazioni, permette una piacevole masticabilità anche nelle consegne a domicilio, che in questi tempi costituiscono la maggior parte del lavoro dei pizzaioli».

Pomodoro e olio evo, festa di sapori

L'evoluzione registrata nel canale pizzeria ha portato il consumatore a orientarsi tra un'ampia scelta di soluzioni diverse tra pizze gourmet, in pala o al tegamino, giusto per citarne alcune. L'evoluzione del concetto stesso di pizza e della sua modalità di consumo ha richiesto sempre più qualità della materia prima, non solo per gli impasti, ma anche per ingredienti fondamentali come il pomodoro, che deve soddisfare le caratteristiche indicate per le diverse cotture e i diversi utilizzi. Oltre all'eccellenza della materia

prima, risultano di fondamentale importanza anche le dimensioni del cubetto o dell'estruso, con salsature più o meno dense che rispondono a esigenze ben precise: per le pizze con i tempi di cottura più lunghi, come quella in pala, ci si orienta verso un pomodoro dal cubettato più grossolano e che tende ad asciugare meno; viceversa, per le cotture veloci si preferisce un estruso più fine con dense salsature.

Con Cirio Alta Cucina, il pizzaiolo professionista ha a disposizione una gamma completa di prodotti con l'inconfondibile gusto verace del pomodoro 100% italiano, selezionato e lavorato con cura per garantire il massimo sapore e la migliore resa a ogni ricetta. I prodotti di Cirio Alta Cucina sono pensati per soddisfare davvero le esigenze e la creatività di ogni pizzaiolo con un pomodoro versatile nelle prestazioni e dalla migliore resa. Fiore all'occhiello della gamma è il Cuor di Pelato, prima polpa estrusa da pelato lungo, coltivato nelle campagne del Salento. Racchiude tutta la fresca e dolce bontà tipica del vero pomodoro pelato in una polpa già pronta da versare direttamente sulla pizza. Semplice da stendere in maniera omogenea, Cuor di Pelato consente un notevole risparmio di tempo garantendo una cottura ottimale grazie alla consistenza densa e cremosa che assicura una resa impeccabile in ogni preparazione.

> **«Il forno a legna ha il vantaggio di poter raggiungere temperature molto elevate, ideali per cotture molto intense come per la pizza napoletana»**
>
> *Nicola Dall'Olio*

Una novità della gamma Cirio Alta Cucina che sta riscuotendo un ottimo consenso anche nel canale pizzeria è costituita da I Fior di Filetti da Pelati. Arrivano dalla selezione dei pelati maturati al sole della Puglia e rappresentano la parte nobile del pomodoro. Tagliati a spicchi, privi di buccia e avvolti in una densa salsatura, con un colore rosso brillante e una consistenza piena e polposa, offrono una resa elevata e un'ottima tenuta in cottura, rivelandosi eccellenti come invitanti decorazioni nell'impiattamento e per gli impasti lievitati, dove la loro freschezza conferisce un tocco unico a pizze e focacce. Il gusto fresco e dolce, tipico del pomodoro lungo pugliese raccolto al giusto grado di maturazione, è una garanzia di successo.

Anche l'olio è uno degli assi portanti della pizza. In Umbria a Spoleto, la famiglia Gradassi da oltre 400 anni si prende cura di ulivi centenari per produrre un olio extravergine di oliva sempre migliore di stagione in stagione. «Per la pizza, in fase di realizzazione dell'impasto - racconta **Andrea Gradassi**, direttore commerciale di Terre Francescane - è molto apprezzato dagli operatori professionali il nostro Nobilis, olio extravergine di oliva 100% italiano estratto a freddo, mentre per il condimento a crudo si rivela ideale il Bio, olio evo ottenuto da una selezione delle migliori olive biologiche italiane certificate da Ccpb, l'organismo che certifica i prodotti biologici ed ecosostenibili in tutto il mondo». ➡

Scegliere la mozzarella ideale

Dopo farina, pomodoro e olio, il cerchio della pizza a regola d'arte si chiude con l'universo caseario, a partire dalla mozzarella. Gli operatori del settore possono fare affidamento su un protagonista indiscusso di questo mondo. Galbani Professionale è la marca di Galbani dedicata ai professionisti della ristorazione. I suoi punti di forza, che la differenziano sul mercato del fuori casa, sono la storicità, la garanzia di una qualità costante e il rapporto diretto e quotidiano con 22mila clienti. La marca, con la sua offerta di formaggi e salumi, è ogni giorno al fianco dei professionisti e li supporta nella loro attività.

«Nonostante l'anno difficile per il mondo del fuori casa, il canale delle pizzerie è quello che ha contenuto le perdite grazie all'asporto. Per Galbani Professionale la pizzeria rappresenta il cliente più importante e per questo, nel corso del 2020, il lavoro di sviluppo del portafoglio prodotti non si è mai fermato», spiega **Simona Alessandra Fiorina**, direttrice marketing Foodservice Galbani. «Il portafoglio di mozzarella per pizza di Galbani Professionale è molto profondo e conta una decina di referenze per soddisfare i diversi bisogni dei clienti, sia in termini di formati, che di ricetta prodotto e di taglio. Include formati interi, come il panetto da 1 kg ricetta standard e ricetta Fiordilatte e il filone da 2 kg cilindrico, oltre a formati pretagliati a julienne e cubetti con differenti ricette di prodotto per rispondere ai diversi modelli organizzativi e offerte dei clienti».

«Il forno a legna è tradizione, atmosfera e ben dispone la clientela se hai la zona cottura a vista. Ma non è solo estetica»

Renato Pancini

«In particolare - prosegue Fiorina - nel 2020 Galbani Professionale ha deciso di rafforzare la propria proposta di valore con due nuove referenze di mozzarella per pizza Fiordilatte sempre più richiesta dal mercato: la Mozzarella Taglio Julienne e la Mozzarella Taglio Cubettata, che sono state sviluppate per i clienti che desiderano utilizzare sulla pizza una mozzarella Fiordilatte fatta con latte 100% italiano».

Non tutti i forni sono uguali

Tornando al forno a legna, nel corso del tempo, pur rappresentando il fondamento della pizza, ha comunque vissuto processi di evoluzione nella scelta dei materiali refrattari. Oggi si producono con tecniche differenti: stampati vibro compressi o presso fusi, stampati con mattoni refrattari, in mattoni con tecnica tradizionale. Sul mercato anche modelli con piano rotante, promiscui legna-gas, dotati di ruote per permettere una più agile installazione o per adattarsi a differenti ambienti.

La Forni Ceky, a Lograto (Bs), dagli anni '30 è sinonimo di artigianalità. Nel senso più stretto del termine. «I nostri artigiani - spiega **Nicola Dall'Olio**, direttore commerciale dell'azienda di famiglia - costruiscono ciascun forno a mano utilizzando mattoni refrattari pieni. Un'unicità che ci permette di essere flessibili nella personalizzazione. Il forno a legna ha il vantaggio di poter raggiungere temperature molto elevate, ideali, per esempio, per cotture molto intense come per la pizza napoletana, senza dover sotto-

stare ai limiti imposti dalla normativa antincendio. Produciamo un'ampia gamma di modelli sia a piano fisso che rotante».

«Il forno a legna interpreta la tradizione non solo per quanto riguarda la pizza: è la continuazione della cucina a legna - spiega **Rino Francavilla**, storico maestro pizzaiolo che conduce con la famiglia L'Angolo di Rino a Paderno Dugnano (Mi) - nella nostra pizzeria utilizziamo un forno Ceky e lo alimentiamo con legna di faggio. Legno senza resina. Scalda di più, rilascia profumi e meno brace. Il forno è quindi più facile da pulire. Ma attenzione, mai lavarlo, anche a freddo, con acqua pura: è sufficiente uno straccio umido».

In Toscana, a Regello (Fi), Valoriani è un punto di riferimento da sempre. «Il principale punto di forza dei nostri forni rimane sicuramente il refrattario - annota **Viola Valoriani**, export manager - nasciamo come fornace nel 1890, ancora oggi siamo l'unica azienda a produrre internamente tutti i componenti del forno. Il piano in cotto refrattario è il risultato delle migliori argille refrattarie da noi pressate e cotte a 1.300°C per 16 ore senza aggiunta di niente, nemmeno acqua. Con l'aumento del delivery molti ristoranti hanno deciso di aggiungere l'area pizzeria e di conseguenza un forno alla propria offerta. La pizza, cibo di delivery per eccellenza, è diventata un must-have per garantirsi una clientela regolare anche in questo difficile periodo. Ancora di più è ricercato un forno che garantisca performance ad alto livello, data la concentrazione di orari di ordinazioni quando parliamo di asporto e consegna a domicilio».

Tra i fedelissimi di Valoriani, **Renato Pancini**. È l'anima della pizzeria Al Foghèr di Ponte alla Chiassa, alle porte di Arezzo, e di Al Foghèr Classic, in pieno centro. Un autorevole interprete della pizza che ama definire contemporanea. Una filosofia che esalta in modo armonico l'identità di ogni materia prima. Un equilibrio che vede protagonisti non più di quattro ingredienti per ogni pizza. «Sono 35 anni che un forno a legna Valoriani accompagna la nostra attività - commenta - accoglie tra i 150 e i 180 quintali di legna all'anno. Docile legno di faggio dalle foreste dell'alto Casentino. Il forno a legna è tradizione, atmosfera e ben dispone la clientela se hai la zona cottura a vista. Ma non è solo estetica. È un forno che richiede manualità e arte: nella cottura ti giochi tutto».

> «In ogni tipo di forno è l'uomo che fa la differenza. Sono comunque i tempi di cottura che determinano il forno e il suo utilizzo»
>
> *Vincenzo Iannucci*

La cultura di Napoli

Un universo antico e moderno allo stesso tempo, sempre di indubbio fascino. Il disciplinare della Verace Pizza Napoletana recita: «La cottura avviene esclusivamente in forni a legna dove si raggiunge una temperatura della camera di circa 485°C. Il pizzaiolo deve controllare la cottura della pizza sollevandone un lembo, con l'aiuto di una pala meccanica. [...] I tempi di cottura non devono superare i 60-90 secondi».

E proprio da Napoli interviene **Vincenzo Iannucci**, oggi responsabile del Progetto Nuvola di Mulino Caputo. La formazione è il suo campo d'azione. «In ogni tipo di forno - sottolinea - è l'uomo che fa la differenza. Sono comunque i tempi di cottura che determinano il forno e il suo utilizzo. Per la pizza napoletana la tipologia indicata è quella a legna. Ha il vantaggio di mantenere il prodotto vivo. L'esperienza diventa fondamentale per non eccedere con la temperatura: se è troppo alta la pizza, come si dice a Napoli, diventa "allampata", colorata all'esterno, ma cruda dentro».

Sempre a Napoli, ci spostiamo nel cuore della città, in un locale storico, in attività dal 1833 a piazza Carità: il Ristorante Pizzeria Mattozzi. «Da più di 30 anni - racconta il titolare **Paolo Surace** - utilizziamo un forno a legna dell'artigianato napoletano. Un forno di quattro palmi che alimentiamo con profumata legna di faggio e quercia. La cupola del forno si porta a 450 gradi e la platea a 350. La pizza viene sfornata dopo 60-90 secondi. Cottura per impatto e irradiazione». cod 75702

La pasticceria ha sfruttato questo anno di pausa per ripensarsi e raggiungere nuovi standard di qualità. A Sigep Exp i Maestri Pasticceri AMPI hanno tenuto incontri online per progettare il futuro della pasticceria

L'IMPEGNO DEI MAESTRI AMPI A SIGEP EXP PER PROGETTARE IL FUTURO DELLA PASTICCERIA

Accademia Maestri Pasticceri Italiani è stata partner istituzionale di Sigep Lab, uno dei format della 42ª edizione di Sigep, il Salone Internazionale di Gelateria, Pasticceria, Panificazione Artigianali e Caffè, che si è tenuto in versione online con il nome di Sigep Exp. AMPI ha trasmesso delle dirette realizzate presso l'aula magna di Cast Alimenti a Brescia, trasformata in un centro di produzione di idee e tecniche, nonché set per interviste e demo con figure di spicco tra i padroni di casa e i Maestri di AMPI.

In questo momento di grave difficoltà, di transizione e incertezza, Sigep Exp ha rappresentato un'occasione per sperimentare nuovi strumenti di marketing e di comunicazione. È stata un'opportunità per il settore: una leva internazionale per nuove collaborazioni e per avvicinare competenze, a partire dalle tecnologie per lavorare in modo sempre migliore i prodotti. Nel calendario degli eventi principali di Sigep Exp della giornata di apertura Gino Fabbri e Iginio Massari si sono confrontati sul tema della tecnologia in pasticceria, presentando nuove tecniche di cottura e preparazione del dolce grazie all'impiego di macchinari di ultima generazione, sempre più sofisticati e performanti.

A Vision Plaza, l'osservatorio congiunto World Pastry Stars e Marketing & Trade ha indagato le "ricette" per ripartire con il presidente onorario e Maestro AMPI Iginio Massari. Nuove sfide e opportunità della pasticceria italiana per costruire un domani diverso e migliore e riportare le persone in pasticceria con diverse tipologie di offerta e nuove esperienze di consumo. Si è trattato di un hub digitale dove è mancato il "profumo" e il "gusto" dell'assaggio dei dolci, ma che è servito per approfondimenti su ciò che c'è dietro e delineare ciò che sarà oltre, dopo la pandemia: la storia della pasticceria e i suoi punti di forza, la cultura, la ricerca, la capacità continua di produrre sempre qualcosa di nuovo e buono. Il consumatore cerca qualità, freschezza, artigianalità dei prodotti, e soprattutto territorialità, con modalità nuove di consegna e servizio.

Tante le iniziative dei Maestri AMPI

Al di là dei numeri, a confermare la vivacità che sta animando il settore sono da segnalare le iniziative, i momenti di formazione, seminari, dimostrazioni e presentazioni di libri a cui i Maestri Pasticcieri hanno partecipato. Nei talk organizzati da Pasticceria Internazionale e da Italian Gourmet sono stati presentati molti prodotti editoriali dagli autori, tra cui i Maestri Giuseppe Amato, Alessandro Dalmasso e Giambattista Montanari, Fabrizio Fiorani, Fabrizio Galla e Iginio Massari. Dolcegiornale e Bargiornale hanno moderato i Maestri AMPI Lucca Cantarin e Roberto Rinaldini e dagli Usa Gary Rulli sul tema degli sprechi alimentari. Santi Palazzolo, Giovanni Pace, Salvatore Cappello e altri hanno partecipato a tavole rotonde a cura di aziende partner di Accademia Maestri Pasticcieri Italiani presenti alla fiera digitale.

A queste aziende AMPI ha voluto rivolgere uno speciale ringraziamento per l'affiancamento dei Maestri nello studio, progettazione e produzione della miglior offerta internazionale di settore, anche e soprattutto in questo momento di difficoltà: Cacao Barry e Molino Dallagiovanna GRV, Agrimontana, Artecarta, Cesarin, Club Kavè, Corman Italia, Essse Caffè, Eurovo, Debic, Filicori Zecchini, Irinox, Italia Zuccheri, Italmill, Olitalia, Pavoni Italia, PCB Creation, Staff Ice System, Valrhona Italia, Bravo, Granarolo e infine il padrone di casa Sigep.

I post live sul canale Facebook @AccademiaMaestriPasticceriItaliani hanno monitorato la maggior parte delle attività AMPI che si sono svolte durante la manifestazione e sul portale Sigep sono disponibili on demand gli eventi più significativi. La pasticceria ha sfruttato questo anno di pausa per ripensarsi e raggiungere nuovi standard di qualità. È un primo passo per guardare all'edizione del 2022, quando ci si augura di ritrovarsi in presenza.

I numeri di Sigep Exp

La 42ª edizione di Sigep si è tenuta in versione online dal 15 al 17 marzo. Una piattaforma digitale è stata progettata per far incontrare aziende e visitatori e condividere competenze e professionalità con due format di eventi live da studio televisivo: "Vision Plaza" e "Sigep Lab". 1.250 ore di collegamento web, circa 10mila messaggi scambiati, quasi 24 milioni di contatti media raggiunti nei tre giorni della manifestazione e 750mila utenti entrati in contatto attraverso i canali social con il brand Sigep durante le giornate di apertura della piattaforma. cod 75356

LUCA D'ATTOMA
ENOLOGO E CONSULENTE SEMPRE IN CERCA DI NUOVE SFIDE

«Realizzare un vino è come cucire un abito su misura. Si parte immaginando il modello, ascoltando attentamente i gusti del cliente; poi, a tavolino, si cerca di costruirlo partendo dal vigneto fino alla scelta dell'etichetta. La vera sfida sta nell'individuare le tecniche di produzione e di vinificazione giuste per creare un capolavoro di alta sartoria enologica». È questa la filosofia di **Luca D'Attoma**, enologo di grande esperienza apprezzato sia in Italia che all'estero, fondatore della Wine Evolution Consulting, azienda che, dal 1999, fornisce consulenza tecnica e strategica alle aziende vitivinicole assistendole in tutte le fasi del processo produttivo.

L'enologo, conosciuto in tutto il mondo e con riconoscimenti da record, con la sua azienda Wine Evolution Consulting fornisce una consulenza ad ampio raggio, dal vigneto alla bottiglia, per creare prodotti unici

Valorizzare al massimo vitigni e territori. Esplorare nuovi orizzonti, sperimentare tecniche non convenzionali. Il tutto con determinazione, ricerca della perfezione, creatività e intuito. Perché ogni vino deve essere centrato, con una sua qualità e specificità in grado di soddisfare sia le aspettative del produttore sia quelle del consumatore.

Attraverso la Wine Evolution Consulting, Luca D'Attoma mette al servizio delle aziende vinicole il suo know-how, la sua sensibilità e creatività, in ogni singola fase: dall'impianto e gestione del vigneto alla progettazione e allestimento della cantina, dalla vinificazione e affinamento all'esame e valutazione dei vini fino al controllo qualità. Inoltre, lavora in sinergia con i responsabili e gli addetti che operano in vigna e in cantina per trasmettere loro conoscenze tecniche e la sua personale visione, al fine di ottenere un prodotto unico, annata dopo annata.

Riconoscimenti da record e tante collaborazioni

Definito dalla stampa di settore "l'enologo dai riconoscimenti da record", Luca D'Attoma opera da trent'anni come consulente per importanti aziende vitivinicole italiane ed estere, per cui realizza vini molto apprezzati sia dal pubblico sia dalla critica. Nonostante sia famoso per aver realizzato grandissimi vini rossi, è anche autori di vini bianchi molto importanti e di successo, ottenuti talvolta ricorrendo a tecniche di vinificazione particolari, come l'affinamento in anfora o in orci di terracotta.

C'è la sua sapiente mano dietro grandi etichette come Giusto di Notri e Redigaffi di Tua Rita, azienda storica di Suvereto con cui collabora da molti anni, ma anche dietro il Brunello di Montalcino Vignavecchia della tenuta San Polo, la cui annata 2015 ha ottenuto 100/100 da James Suckling e i Tre Bicchieri del Gambero Rosso. Portano la sua firma, inoltre, "Dedicato a Walter" Bolgheri Rosso Superiore Doc e Sondraia di Poggio al Tesoro. Tra le sue creazioni di maggior successo, due eccellenze dell'azienda biodinamica Duemani di Riparbella (Pi): Suisassi e Duemani, ripetutamente premiati dalla critica con ottimi punteggi. Durante il suo percorso professionale, D'Attoma è stato artefice di numerose perle dell'enologia italiana, come il Saffredi della Fattoria Le Pupille, in Maremma, o Paleo Rosso e Messorio de Le Macchiole, azienda bolgherese con cui ha collaborato per ben 25 anni. Tra i vini di successo creati di recente, il Sopraquota 900 dell'azienda valdostana Rosset Terroir, la cui annata 2019 ha conquistato il titolo di "Bianco dell'anno" della guida del Gambero Rosso 2021. Appena 6mila bottiglie ricavate da un vigneto di circa due ettari, di cui 1,7 di Petite Arvine, ben oltre i 900 metri di quota.

Dal 2020, anche Carlo Cracco e la moglie Rosa Fanti si sono affidatia Luca D'Attoma per seguire la produzione vinicola dell'Azienda Agricola Vistamare, nuovo progetto dello chef stellato sulle colline di Santarcangelo di Romagna (Rn) dedicato alla produzione di materie prime agroalimentari di qualità da impiegare nei suoi ristoranti. Del resto, D'Attoma conosce bene l'entroterra romagnolo, dove collabora già con altre due realtà importanti come San Valentino e San Patrignano; un territorio ancora poco noto e valorizzato ma molto promettente.

Pioniere del metodo biologico

Già negli anni '90, Luca D'Attoma è stato uno dei primi a praticare la viticoltura biologica, quando in Italia non era ancora nemmeno considerata. Riconosciuto come uno dei massimi esperti in materia, è particolarmente apprezzato per il suo approccio rigoroso e innovatore. Oggi il vino biologico è una realtà consolidata: essere stato fra i pionieri dimostra l'avere intuito l'evoluzione del prodotto e del mercato. «Ho sempre creduto nel bio - spiega - ed ero certo che prima o poi saremmo arrivati a parlarne di più. La biodinamica, poi, rappresenta un ulteriore passo in avanti, perché impari ad osservare la natura e a servirtene rispettando i suoi cicli».

Ed è proprio la passione per la viticoltura biodinamica che lo ha spinto, nel 2000, a fondare insieme ad Elena Celli, l'azienda Duemani, apprezzata dal pubblico e dalla critica per i suoi vini puliti, originali, gustosi, ciascuno con un carattere unico e riconoscibile. 13 ettari di vigneti ad alta densità, che si estendono tra Riparbella e Castellina Marittima, in provincia di Pisa, con il mare della costa tirrenica all'orizzonte, dove l'enologo pratica la biodinamica senza compromessi per innovare, sperimentare e mettere al servizio dei clienti le competenze acquisite.

Wine Evolution Consulting, hub dell'enologia di qualità

Fra le colline intorno a Lucca, a San Martino in Colle, sorge una vecchia cantina immersa nel verde che è stata ristrutturata per accogliere il quartier generale della Wine Evolution Consulting. L'ufficio è dotato di un'ampia sala dove si tengono degustazioni e meeting. Oggi sono più di venti le realtà vitivinicole italiane che si avvalgono della consulenza dell'enologo, dalla Valle d'Aosta alla Sicilia, passando per Piemonte, Trentino Alto Adige, Lombardia, Emilia Romagna, Toscana, Lazio, Umbria, Abruzzo, Campania e Sardegna. Regioni caratterizzate da climi, terroir, aree produttive e vitigni estremamente diversi da cui D'Attoma riesce a trarre sempre il massimo affinché il prodotto finale - che si tratti di un vino rosso, bianco, rosato o di uno spumante - sia davvero unico, capace di raccontare un territorio e di conquistare i gusti del pubblico e della critica.

cod 75731

GIADA FERRARIS

«IL BARTENDING? UNA STRADA DA PERCORRERE CON UMILTÀ»

Per scoprire un'altra tra le giovani promesse di Abi Professional, ci si sposta in Valle d'Aosta. È qui che inizia la storia di **Giada Ferraris**, la barlady che da poco ha iniziato il suo percorso lungo l'autostrada del bartending, con l'acceleratore al massimo, la voglia di formarsi ed apprendere trucchi e segreti del mestiere, con impegno e passione.

Champoluc è un piccolo comune montano, dove Giada è nata e cresciuta. A 17 anni inizia a prendere confidenza con il bancone del bar, non prima di aver studiato Agraria all'Institut Agricole Regional di Aosta. Già lì scopre la sua passione per l'enologia. Per Giada all'inizio è solo un passatempo. Ha bisogno di pagarsi gli studi: entra nel mondo del bar, e non impiega molto tempo a comprendere che quell'ambiente, il bartending di qualità, può essere il suo futuro. Comincia a svolgere qualche corso professionale.

Ad Aosta, raggiunta la maggiore età, prende parte ad un primo corso base. I docenti sono pilastri del bartending famosi in tutta Italia: Ernesto Molteni e Bernardo Ferro. Mette in pratica ciò che ha imparato in un grazioso pub, il Golosone, scoprendo anche l'ebbrezza della vita stagionale. Inverno al Golosone ed estate in Sardegna, a tu per tu con una barlady di alto livello professionale, Irene Deiara.

La formazione di Giada però non si esaurisce con il corso base di Abi Professional, ma continua, tramite la lettura di libri, la frequentazione di altri corsi, come quelli per sommelier e per apprendere il mondo delle birre artigianali. Ci confessa Giada: «La birra artigianale è proprio la mia bevanda preferita».

«Il mio sogno - spega Giada - rimane quello di girare il mondo e unire il lavoro con la mia passione, esplorare la natura. Mi ritengo davvero fortunata perché fare la barlady mi permette di andare ovunque io desideri». Un altro desiderio di Giada è «accumulare molte conoscenze e saperi da trasmettere a ragazzi interessati e curiosi come me».

Tra lavoro e formazione, decide di entrare a far parte della grande famiglia Abi Professional.

«Se paragono il mio percorso lavorativo ad un'autostrada, ho percorso pochi chilometri oltre il casello, mi sono buttata sulla corsia di massima velocità con molto entusiasmo e non intendo fermarmi. La strada è ancora lunga davanti a me, non ne vedo la fine. Per non sprecare tutta la mia "benzina" e il mio fervore, forse è meglio decelerare un pochino e fare qualche "sosta formativa" ogni tanto, per poter proseguire più costantemente nel tempo. Noi giovani non dobbiamo bruciare la tappe, dobbiamo piuttosto partire dal basso, con umiltà, e fermarci ogni tanto per imparare dai più grandi ciò che non sappiamo».

«Un consiglio ai giovani come me, interessati a questo lavoro: buttatevi a capofitto nella vostra passione, ma non dimenticate che lungo l'"autostrada" che stiamo percorrendo siamo in molti, e ognuno deve rispettare chi ha davanti».

cod 75699

SUCCUS.
Non c'è bisogno d'altro.
Schreckbichl | Colterenzio.
Vini eccellenti.
www.colterenzio.it
SÜDTIROL ALTO ADIGE
CHARDONNAY
Lafòa
SCHRECKBICHL
COLTERENZIO
Südtirol Wein
Vini Alto Adige
SÜDTIROL

RISTORANTI, È TEMPO DI VOLTARE PAGINA

MA SIAMO DAVVERO PRONTI A RIAPRIRE?

di ***Massimo Artorige Giubilesi***
Founder & ceo Giubilesi & Associati
Chairman FCSI Italian Unit

Stiamo vivendo un momento di paradosso e incertezza che ogni giorno ci mette sempre più di fronte a realtà mai immaginate in passato e a fatti stravolgenti che non ci permettono di vedere un futuro accettabile. Continuiamo ad indignarci di fronte a regole imposte agli operatori del settore F&H (Foodservice & Hospitality), ritenute ininfluenti per contrastare la pandemia, come per esempio le chiusure serali, ma ci ostiniamo con invidiabile fermezza a renderci conto che se da domani arriverà la tanto attesa via libera alle aperture, tante saracinesche rimarranno ugualmente chiuse. Tanti altri esercizi sopravviveranno ancora per poco, alimentando in lenta e dolorosa agonia il cerchio preannunciato dei danni incalcolabili della pandemia.

In un paese come l'Italia dove è presente oltre il 30% degli esercizi ricettivi a livello europeo - la seconda nazione dopo il Regno Unito per presenze straniere e tra i primi 4 paesi Ue per presenze negli esercizi ricettivi - la battuta d'arresto sarà devastante, drammatica e assai improbabile da risanare.

I dati Ocse citano un calo del 60%-80% dei flussi turistici globali e i dati Unwto perdite di fatturato superiori a 1.100 miliardi di euro, indicando che per rialzarsi e recuperare ci vogliono ben altre misure che l'amaro boccone dei sostegni insufficienti e tardivi. Diciamocelo chiaramente e senza fronzoli: non sarà facile e semplice, nè tanto meno indolore, ripartire.

Riportare a regime le attività F&H, che solo nel 2020 hanno subito 160 giorni di chiusure forzate, con 22mila imprese già scomparse e 243mila posti di lavoro persi (dati Fipe), sarà una vera impresa (sfida) non alla portata di tutti.

Le discutibili decisioni del Governo

Lavorare a singhiozzo tra "Stop and Go" o con "Orari Strampalati" a seconda del colore delle zone, non è comprensibile, neppure all'insegna della prevenzione e del controllo della pandemia. Come se dicessimo al virus di dormire di giorno e infettare di notte. Certo è che certi comportamenti rilassati, anche incoscienti, di gruppi di persone giovani e non solo, non aiutano a migliorare il contenimento della pandemia.

Aprire e poi chiudere senza sapere quando riaprire, impedisce qualsiasi tipo di programmazione e non aiuta le imprese. Significa perdere passione, clienti, incassi e non sostenere i propri collaboratori e oltretutto fa perdere la voglia di rimanere in campo. Gli operatori vogliono lavorare, non hanno bisogno del sostegno al reddito, il reddito lo vogliono portare a casa con il lavoro di ogni giorno, servendo i propri clienti.

Sembra un gioco sostenuto da mancanza di visione, regole miopi, zone colorate e sfumature politiche che però hanno avuto la forza di intervenire con il DL 19/03/21 per annullare d'urgenza, a pochi giorni dall'entrata in vigore del nuovo DL 27/21 previsto per il 24/03/21, l'abrogazione dei reati alimentari di cui all'art. 5 della legge 283/1962. Si stava eliminando un caposaldo con cui il nostro legislatore vietava l'impiego nella preparazione di alimenti o bevande, vendita, detenzione per la vendita o somministrazione anche ai dipendenti, o comunque la distribuzione per il consumo, di sostanze alimentari "inadatte o dannose al consumo umano", direbbe il Reg. CE 178/02.

Svista, ignoranza o paradosso? No comment. Progettare e controllare, così come prevenire e limitare la gestione dell'emergenza, è una regola ben conosciuta dagli operatori responsabili del settore alimentare attraverso la predisposizione di un sistema di gestione della sicurezza alimentare basato sull'analisi del rischio, al fine di tutelare la salute dei consumatori e proteggere la reputazione dell'impresa. I sistemi di gestione ci insegnano che l'analisi Swot (punti di forza e debolezza, minacce e opportunità) è un metodo valido e duraturo per analizzare i processi gestionali e organizzativi di ogni Impresa, anche e soprattutto nei momenti di difficoltà.

La pandemia e le regole poco oculate del Governo hanno portato un'ondata di crisi nei settori foodservice e hospitality, che spingono per riaprire. Ma che fare una volta riaperto? Servirà un nuovo modello di business da utilizzare e ci sarà la necessità di instillare in operatori e clienti una nuova cultura alimentare

Ciò che devono iniziare a fare gli imprenditori F&H è porsi le domande giuste al momento giusto e il momento giusto è arrivato, proprio oggi, perché bisogna reagire adesso e non dopo, per trovarsi pronti per il domani quando, ci auguriamo tutti, si ripartirà. È giunto il momento di renderci conto che il comparto F&H, proprio perché rappresenta la parte frontale della filiera alimentare, quella che unisce prodotto con accoglienza e servizio, assumerà un volto e logiche di business diversi e la fase attuale di transizione, con tutte le difficoltà e insidie quotidiane, esige con urgenza prima di tutto un cambiamento radicale a livello culturale che si deve materializzare in azioni concrete.

Quello che conterà, da qui in avanti, sarà lo sforzo che dobbiamo compiere a tutti i livelli per la diffusione a larga scala di una "cultura della sicurezza alimentare", a cui il nuovo Reg. UE 2021/382 dedica un capitolo specifico, intesa come l'impegno degli Osa e dei manager aziendali a informare-formare-addestrare tutti i collaboratori per prevenire malattie trasmissibili con gli alimenti e stati di allerta sanitaria.

Superato il problema sanitario dovuto al Covid-19, per la maggioranza degli imprenditori rimarrà da sciogliere il complesso rebus economico-finanziario che continuerà ancora a lungo a paralizzare e limitare anche i consumi, pertanto è fondamentale in questo momento riuscire a studiare, individuare e anticipare le tendenze di cambio del mercato e le nuove abitudini dei consumatori.

Far ritornare nei locali i clienti, riacquisire la loro fiducia, comunicando e relazionandosi con loro, attivando strumenti di marketing innovativi e digitali dovrebbero essere tra le priorità degli operatori, insieme all'innovazione a livello produttivo e di offerta di servizi. E se da domani si riapre, che facciamo? Guardiamo con fiducia il futuro, affrontiamo come sempre le sfide con vigore, consapevoli del fatto che il buon cibo non passerà mai di moda, ma alcune delle buone pratiche di business che abbiamo utilizzato fino a ieri, dovranno rimanere nel passato, sepolte con il Covid.

Thomas Edison ci aiuta a riflettere con un acuto aforisma: «Il dottore del futuro non darà medicine, ma motiverà i suoi pazienti ad avere cura del proprio corpo, alla dieta, ed alla causa e prevenzione della malattia». cod 75785

Per informazioni:
www.giubilesiassociati.com

CORSI FORMATIVI #FOODART

LA RISTORAZIONE NELL'ERA DIGITALE

Si rinnova per il sesto anno consecutivo l'accordo tra Federazione italiana cuochi (Fic) e Unilever Food Solutions, che pone al centro la formazione di chef e operatori della ristorazione con un ricco calendario di corsi gratuiti: un'opportunità per gli oltre 16mila associati Fic di aggiornamento costante e confronto sui food trend e sui temi di attualità nel fuori casa. Argomento del progetto formativo 2021, che almeno fino a maggio si svolgerà online, è la #FoodArt: l'importanza del social food marketing per la ristorazione nell'era del digitale.

Forte dello straordinario successo dello scorso anno, il progetto #FoodArt viene riproposto in versione rinnovata al pubblico dei professionisti della ristorazione, che chiedono di conoscere i nuovi media e i loro linguaggi per poter conquistare visibilità ed esprimere e valorizzare il proprio talento in cucina nell'era del digitale. Il progetto esplora infatti l'arte di esaltare il gusto di un piatto attraverso l'estetica della sua presentazione, ma soprattutto di saperla poi tradurre con la giusta immagine e un'efficace diffusione attraverso i social.

#FoodArt 2021 è tenuto da Giuseppe Buscicchio, executive chef di Unilever Food Solutions, da oltre 20 anni membro della Federazione italiana cuochi, e da Pier Luca Ardito, team coach della Nazionale italiana cuochi e medaglia d'oro in cucina calda e medaglia d'argento nello Chef's Table alle Olimpiadi di Stoccarda-IKA Culinary Olimpics 2020. Gli appuntamenti vedono anche gli interventi di Michelangelo Convertino, food photographer, recentemente chiamato in qualità di esperto a MasterChef 2021, e Camilla Gemma, social media manager.

A supporto del progetto #FoodArt il Ricettario #FoodArt, ideato da Giuseppe Buscicchio e Pier Luca Ardito: 20 piatti, uno per ciascuna regione, tra i più rappresentativi della storia gastronomica italiana, reinterpretati in chiave contemporanea, in linea con la riscoperta della tradizione in cucina, come trend emergente nella ristorazione.

#FoodArt è organizzato per regione e vede la partecipazione anche dei maggiori rappresentanti Fic locali. Gli appuntamenti di aprile:

- **Lunedì 19 aprile - Lazio**
- **Martedì 20 aprile - Emilia Romagna**
- **Mercoledì 21 aprile - Friuli Venezia Giulia**
- **Lunedì 26 aprile - Sicilia**
- **Martedì 27 aprile - Veneto**
- **Mercoledì 28 aprile - Abruzzo**

Il calendario può essere soggetto a cambiamenti. Consultare i canali social Fic, il **Calendario eventi formativi FoodArt - Unilever Food Solutions** o rivolgersi alla propria sede Fic regionale. cod 75401

ROTARI ALPEREGIS EXTRA BRUT

REGALE ARMONIA CON SAPORI DI TERRA E DI MARE

Rotari AlpeRegis è una linea di raffinati millesimati dedicati agli amanti della buona cucina e del buon vivere. Tre sono le tipologie prodotte: Extra Brut, Pas Dosé e Rosé. Aromi e profumi inconfondibili raccontano una regione, i suoi frutti e un metodo di produzione antico e rinomato. Lo Chardonnay e il Pinot Nero di montagna, la passione dei viticoltori e il duro lavoro in vigna creano le condizioni ideali per ottenere uve qualitativamente eccellenti da destinare ad un Millesimato AlpeRegis Trentodoc.

AlpeRegis è proposto nella versione "Extra Brut" per esprimere al meglio il territorio e tutto il lavoro svolto in vigna e poi in cantina. È un prodotto franco, realizzato evitando l'utilizzo di liqueur troppo invadenti, lasciando spazio agli aromi tipici dell'area e a quelli ottenuti in seguito alla lunga rifermentazione in bottiglia di ben 4 anni. Catenelle di bollicine, fini e continue, portano in superficie la storia, gli aromi, la tradizione oramai secolare di un Trentodoc di carattere. La luce penetra su tonalità giallo paglierino e con grande brillantezza ne riflette il valore. Note fruttate avvolgenti di mela golden e ananas, fragranza di lievito e di crosta di pane armonizzano il bouquet, profumi di noci e nocciole vi aggiungono valore. Di sapore intenso, fragrante ed equilibrato con stile asciutto e minerale, AlpeRegis Extra Brut è degno della migliore tradizione Trentodoc. Dalle Dolomiti, un vero must. AlpeRegis Extra Brut, il metodo Classico che bilancia tendenza dolce e untuosità nelle preparazioni gastronomiche più raffinate, si abbina in maniera armonica con gli "Gnocchi di fagioli cannellini e grano kamut, spadellati con zucchine croccanti, bisque di crostacei e capesante sfumate al Trentodoc e pepe al limone" di Stefano Goller, presidente dell'Associazione Cuochi Trentini.

La tendenza dolce, prima dei fagioli e poi delle capesante, unita alla croccantezza delle zucchine, viene celebrata dalla bisque di crostacei che dona all'intera preparazione toni caleidoscopici raffinati di giovialità e freschezza. AlpeRegis Extra Brut, Trentodoc di razza, con le sue caratteristiche dolomitiche, esalta, bilancia e prolunga la piacevolezza del piatto. cod 75322

Gnocchi di fagioli cannellini e grano kamut, spadellati con zucchine croccanti, bisque di crostacei e capesante sfumate al Trentodoc e pepe al limone

*Ricetta di **Stefano Goller**, presidente dell'Associazione Cuochi Trentini*

Ingredienti (per 4 persone)

Per gli gnocchi: 500 g fagioli cannellini cotti, 180 g farina di grano kamut, 1 uovo intero, 1 tuorlo, sale fino q.b.

Altri ingredienti: 120 g zucchine, 100 g bisque di crostacei, 60 g Rotari AlpeRegis Extra Brut, 20 g prezzemolo tritato, 4 g pepe al limone, 12 capesante, olio extravergine d'oliva q.b., sale e pepe di macinino q.b.

Preparazione: frullare i fagioli cannellini cotti in precedenza; metterli in un contenitore e aggiungere la farina di Kamut precedentemente setacciata, le uova intere e i tuorli, infine aggiungere il sale fino e impastare fino ad ottenere un impasto liscio ed omogeneo. Stenderlo su una spianatoia e creare dei filoncini sottili, tagliarli creando gli gnocchi. Lavare, tagliare a losanghe le zucchine, spadellarle in un saltiere con un filo di olio extra vergine d'oliva e insaporire con del sale e del pepe di macinino. Dopo averle lavate e asciugate, scottare le capesante in un saltiere preriscaldato con un filo di olio extra vergine d'oliva, insaporendole con del sale fino e del pepe al limone; una volta rosolate da entrambi i lati, sfumarle con lo spumante Rotari AlpeRegis e far evaporare. Aggiungere alle zucchine la bisque di crostacei, cuocere gli gnocchi in abbondante acqua salata e toglierli dall'acqua una volta venuti a galla, con l'ausilio di una schiumarola. porli nel saltiere. Aggiungere il prezzemolo tritato e disporli nei piatti prescelti, guarnire con le capesante e un filo di olio evo.

TRENTODOC

ROTARI ALPEREGIS EXTRA BRUT

AlpeRegis è dedicato agli amanti della buona cucina e del buon vivere. Il nome evoca la figura regale di Rotari e il territorio alpino che ha contribuito a renderlo leggendario fissando le sue gesta nella storia.

Millesimato prodotto da sole uve Chardonnay con maturazione sui lieviti di almeno 48 mesi.

Extra Brut dal perlage elegante e omogeneo. Profuma di mela golden, ananas, crosta di pane e frutta secca. Ha un sapore intenso, equilibrato e persistente, uno stile asciutto e minerale.

Adatto per tutto il pasto, particolarmente per crudità di mare ma anche risotti e secondi piatti di carne.

Rotari
via Tonale 110 - 38016 Mezzocorona (Tn)
Tel 0461 616399
www.rotari.it

INTERNET OF THINGS E RISTORAZIONE

LA CONNETTIVITÀ MIGLIORA LAVORO E SERVIZIO

di ***Vincenzo D'Antonio***

Nasce Internet ed è semplicemente Internet, e cos'altro sennò?! Poi ci sono le "cose", quelle preesistenti e che arrivano sul mercato durante l'infanzia di Internet. E se tutte queste "cose" diventassero "device", ovvero dispositivi connessi alla rete? È orizzonte altro, si apre mondo nuovo. Internet, dal far comunicare le persone (IoP = Internet of People) passa a far parlare le persone con le cose, e le cose con le cose. Siamo all'Internet delle cose (IoT = Internet of Things).

Grande l'impatto delle applicazioni IoT nel settore della ristorazione. Considerato il grande interesse suscitato dal servizio pubblicato sullo scorso numero di Italia a Tavola, abbiamo approfondito ulteriormente la tematica, interpellando altri professionisti impegnati in aziende che, nel loro evolvere come fornitori della ristorazione, hanno saputo far diventare "device" i loro prodotti, ad essi aggiungendo quel valore prezioso della connettività.

Per approfondire il tema abbiamo intervistato **Enrico Ferri**, amministratore delegato di Rational Italia.

Nella ristorazione, ne siamo tutti certi, si parlerà di un prima e di un dopo Covid: si può parlare anche di un prima e di un dopo Rational?

Decisamente sì. Come tutte le aziende, in questo momento di crisi ci siamo messi in discussione e abbiamo cercato nuovi modi per rimanere in contatto con i nostri clienti. Nel maggio scorso siamo stati i primi a fare un lancio dei nostri nuovi prodotti completamente digitale e in pieno Covid. Anche ora continuiamo a digitalizzare le nostre attività offrendo dei servizi pre e post vendita ai clienti. Mi riferisco ai webinar di presentazione dei nostri prodotti, ma anche a corsi di formazione e tecnici completamente online, per non parlare dell'ultimo nostro progetto, un welcome journey dedicato ai nuovi clienti che riceveranno delle mail per accedere a tutorial e consigli sull'utilizzo delle nostre unità.

Parlando di IoT all'interno del ristorante, possiamo azzardare un concetto di "smart restaurant"?

Le sfide della ristorazione sono molte e complesse, ma la nostra risposta è semplice: intelligenza. Possiamo azzardare un concetto di smart kitchen, o meglio quella che noi definiamo "iKitchen", la cucina del futuro, dove con due soli sistemi di cottura arriviamo a coprire il 90% delle preparazioni.

E in quale modo la cucina del futuro fa diventare smart il ristorante?

Si tratta di due sistemi che possono essere collegati in rete grazie alla nostra piattaforma ConnectedCooking che permette di controllarli da remoto, anche attraverso il proprio smartphone, dall'ufficio o da qualsiasi posto ci si trovi. Inoltre, grazie all'intelligenza digitale, iCombi Pro pensa e impara allo stesso tempo, non dimentica nulla, osserva e si adatta. Questo cambia per sempre il lavoro nelle cucine professionali inserendo nei ristoranti la componente di intelligenza artificiale che fa di iCombi un aiuto-cuoco virtuale.

Come pensate di aiutare le cucine?

Rational sta utilizzando più di 45 anni di ricerca in cucina per pensare fuori dagli schemi. La cucina necessita di essere flessibile, lo abbiamo visto soprattutto in questi mesi segnati dalla pandemia, semplice da gestire ed efficiente dal punto di vista dei costi. Ha quindi bisogno di essere supportata da funzioni intelligenti come quelle presenti in iCombi Pro. ➔

Quali sono le vostre proposte al riguardo?

All'insegna del motto "Più di quanto tu possa immaginare", lo scorso maggio 2020 è iniziato il grande viaggio nell'innovazione di Rational con il lancio dei nostri nuovi prodotti: iCombi e iVario.

iCombi Pro è un sistema di cottura combinato che controlla l'intero percorso di cottura in modo preciso e sempre riproducibile grazie ai suoi quattro assistenti intelligenti. Il primo è iCookingSuite, l'intelligenza di cottura di iCombi Pro, che si basa sulla reazione di Maillard, la formula chimica per la reazione di doratura che avviene negli alimenti, che è stata decodificata da Rational e tradotta in un algoritmo per software. iCookingSuite adatta il percorso di cottura in modo intelligente. Il compito di iDensityControl, la regolazione intelligente del clima, è quello di garantire che tutto funzioni perfettamente. Panature fragranti, marcature gustose e croste croccanti riescono perfettamente, e il clima di cottura ottimale permette di cuocere alla perfezione anche alimenti delicati come gli sformati. iProductionManager consente di controllare in modo intelligente processi di produzione complessi, anche con alimenti diversi.

Con il suo ridotto consumo energetico, confermato da Energy Star, iCombi Pro è un sistema di cottura altamente sostenibile. Grazie a quattro funzioni intelligenti, siamo riusciti, con il nuovo iCombi Pro, a combinare: il 50% di produttività in più, il 10% in meno di tempi di cottura e il 10% in meno di consumi energetici, rispetto al modello precedente, in un unico sistema di cottura, pur garantendo un'eccezionale uniformità, anche a pieno carico.

iVario Pro è il nostro sistema di cottura per bollire, friggere, brasare, cuocere a bassa temperatura o in pressione che funziona con il calore per contatto e consuma il 40% in meno di energia rispetto ai tradizionali bollitori. Anch'esso è dotato di assistenti intelligenti. Il primo è iVarioBoost, il sistema intelligente di gestione dell'energia, garantisce temperature precise su tutto il fondo della vasca e le regola sensibilmente. iVario Pro raggiunge i 200°C in meno di 2,5 minuti e dispone di una potenza tale da rosolare 30 kg di gulasch in circa 15 minuti. Ciò rende iVarioBoost 4 volte più veloce delle tradizionali attrezzature. Con iZoneControl, la vasca può anche essere divisa in un massimo di quattro zone, in modo che l'utente possa cucinare diversi alimenti contemporaneamente, con tempi di cottura diversi e a diverse temperature. Inoltre, iVario Pro elimina la necessità di controllo e monitoraggio per fritti e bolliti poiché il sistema AutoLift solleva automaticamente il cibo dal liquido di cottura quando è pronto. cod 75461

«Rational sta utilizzando più di 45 anni di ricerca in cucina per pensare fuori dagli schemi. La cucina necessita di essere flessibile»

Enrico Ferri

Un tema di sempre maggiore attualità è quello delle "dark kitchen", le cucine senza ristorante, evoluzione del food delivery. Ne parliamo con **Samuele Zani**, chef consultant, trai-

ner e sales chef manager Nord Italia di Welbilt.

Samuele, secondo te c'è similitudine tra le squadre di calcio, che in questo periodo giocano in stadi senza spettatori, e gli chef delle "dark kitchen"?

Certo, trovo una similitudine tra queste due situazioni. Un'ottima squadra di calcio e un'ottima equipe di cucina, senza gli spettatori/clienti, perde di emozione a mio avviso.

Tu vedi le dark kitchen come un fenomeno generato esclusivamente dalla contingenza del Covid o pensi che sia non solo l'oggi ma anche il domani?

Penso sempre positivo come filosofia di vita. Penso che il Covid abbia portato ad una diffusione e ad un'evoluzione delle dark kitchen, viste prima con occhio italiano, come cucine che producevano piatti di bassa qualità. Oggi sono una realtà e lo saranno anche in futuro, con qualità sia nei prodotti sia nella componente di delivery.

La dark kitchen, ancor più che la normale cucina del ristorante, è propensa ad usare prodotti ad alto contenuto di tecnologia. Quali i primi e più importanti tra questi? A quali di questi già non sapresti rinunciare?

Sicuramente attrezzature che rendano il momento del servizio più veloce, più performante e continuativo sotto il punto di vista di qualità di prodotto. Il forno Merrychef, ad esempio, sembra nato per questo scopo. E poi un forno utilizzabile da chiunque, veloce e performante come il Convotherm.

Prendiamo due chef di pari abilità, ma proprio uguali uguali. Uno adopera Merrychef e Convotherm e l'altro no. Quale "gap" ai fini della qualità del piatto e del servizio?

Con il Convotherm faccio produzione sia espressa sia di stoccaggio e utilizzo un forno che lavora in semi pressione quindi a temperature più basse e a tempi ridotti di un 20% circa rispetto agli altri forni. Ciò genera un prodotto cotto in maniera più sana, con meno stress, minor calo peso e pronto in tempi più brevi. Con il Merrychef, essendo velocissimo e utilizzando una tecnologia all'avanguardia, rigenero o cuocio espresso alcuni prodotti in pochissimi secondi. Ad esempio, una costina di maiale cotta a bassa temperatura nel Convotherm, poi abbattuta in positivo nel Merrychef, per essere resa croccante e succulenta impiega 50 secondi. Quindi con questo sistema di lavoro sono pronto sia per 5 persone che per 50 persone, senza sprechi, dando una qualità ottima tutti i giorni, con servizio veloce e a costi controllati.

Poniamo caso che un giorno tu, come un qualsiasi cliente, alla sala del ristorante dove sei andato mangi piatti preparati con gli strumenti che hai citato. Te ne accorgi o non te ne accorgi?

Diciamo che rimango piacevolmente sorpreso della continuità della giusta attesa dell'arrivo del piatto indipendentemente che il locale sia pieno oppure no, perché una volta che crei questo sistema di lavoro il tempo di attesa del cliente è quello che si decide insieme allo staff e al titolare. Inoltre - cosa non da poco - rimango piacevolmente sorpreso dalla costante qualità del piatto servito.

Ai fini della pregevolezza organolettica, essa è pari, addirittura superiore o invece inferiore rispetto alle cotture con strumenti tradizionali?

Nettamente superiore! Ti faccio un esempio. Acquisto un prodotto il lunedì, mettiamo un prodotto classico, nell'esempio poniamo sia una tagliata di manzo. Bene, con questo sistema che ho nella mia dark kitchen, la cuocio a bassa temperatura a 54°C al cuore per 3 ore sottovuoto, poi la abbatto in positivo; appongo data, lotto e nome prodotto e stivo in cella di stoccaggio. Arrivano due clienti; apro il sacchetto, metto nel Merrychef e in un minuto ho la tagliata di manzo pronta rosolata e succulenta. Ma se arrivano 50 persone il mio tempo di rimessa in opera del prodotto ➔

non cambia. E anche se non viene nessuno, nessun problema, la merce è stabile in frigorifero. Ho fermato il tempo e la qualità della carne appena acquistata.

Praticamente la dark kitchen non è una soluzione succedanea bensì è addirittura una soluzione di lusso per la ristorazione.

Certo, e può essere anche un'alternativa costante in un ristorante per avere un'ulteriore entrata, quando entreremo nella nuova normalità.

Ovvero quello che produce la dark kitchen andrà a costituire il menu delivery del ristorante?

Non solo per la delivery, ma anche per l'offering in sala e anche per committenti terzi. In altri termini, la dark kitchen non vuol dire produrre solo per clienti finali: può produrre per hotel che non hanno una cucina interna, per esempio, oppure per stabilimenti balneari che non possono o non vogliono attrezzarsi con una cucina interna.

> «Penso che il Covid abbia portato ad una diffusione e ad un'evoluzione delle dark kitchen. Oggi sono una realtà e lo saranno anche in futuro, con qualità sia nei prodotti sia nella componente di delivery»
>
> *Samuele Zani*

Quanto ti senti chef 4.0 alle prese con la tecnologia?

Diciamo che la tecnologia aiuta ma non sostituisce lo chef, questo è chiaro. Ma ricercare un prodotto, lavorarlo, insegnare ai tuoi collaboratori per poi non vederlo valorizzato nella cottura, credimi, non ha senso ed è frustrante! Come un buon cuoco usa degli ottimi coltelli, un buon consulente deve avere ottimi partner, e la tecnologia in Welbilt è avanti anni luce per quanto mi riguarda.

I ristoratori hanno capito, secondo te, l'importanza delle nuove tecnologie in cucina?

Penso di sì, soprattutto in questo ultimo periodo, anche perché esistono sgravi fiscali importanti per l'industria 4.0. cod 75559

E dall'Internet delle cose con focus prevalente sulla cucina, passiamo ad un altro angolo visuale, intervistando a questo proposito **Serena Molino**, marketing & communication manager di Cei Systems.

A memoria aziendale, quanto era grande e quanto pesava il primo registratore di cassa che si ricordi?

Il primo prodotto punto cassa e non semplice registratore della Cei Systems è stato il Wega, voluminoso e pesante quanto un computer. Ti sto parlando del 1986.

Il 1986 sono 35 anni fa, ma "35 secoli fa" se pensiamo agli apparati tecnologici. Nel vostro offering, c'è per caso ancora qualche prodotto che non è predisposto a connessione?

No, attualmente tutto è interconnesso. Questo ci aiuta a mantenere sempre tutto aggiornato, e mai come adesso è stato fondamentale, con gli adempimenti richiesti dall'Agenzia delle entrate per corrispettivi, fatture e lotteria degli scontrini. Inoltre, consente ai nostri clienti di avere dei portali di gestione da remoto per controllare l'andamento del proprio locale, del magazzino e di tutto ciò che può servire per gestire al meglio la propria attività.

Siete dunque un'azienda che fa applicazioni IoT?

Assolutamente sì. Non ci si può esimere, è importante per i nostri clienti avere dei prodotti che li aiutino nel loro lavoro, dando statistiche

e funzioni utili. Il ristoratore prima di tutto è un imprenditore che ha bisogno di strumenti avanzati per lavorare al meglio.

Facciamo una scomoda scala di priorità. Nell'ambito dei vostri prodotti connessi, e quindi di fatto resi device di IoT, per il ristoratore sono più importanti quelli di cucina, quelli di sala o quelli di back-office?

Direi tutti e tre ovviamente, ma dovendo fare una scala, pensando anche forse a quelli che sono i nostri prodotti, direi che i più importanti sono quelli di sala, in seconda posizione il back-office e in terza quelli di cucina. Tutti i nostri prodotti sono connessi tra loro. Dal momento in cui il cliente fa l'ordine, sia in sala che da casa, si crea una connessione diretta con tutti gli altri dispositivi di sala, cucina e back-office. Questo fa sì che tutto sia controllato e niente lasciato al caso.

> «Credo che sempre di più i ristoratori siano a conoscenza di quanto sono importati le applicazioni IoT nella ristorazione»
>
> *Serena Molino*

Fino ad arrivare ad emettere ordine a fornitore quando un prodotto va a livello di riordino. È così?

Esatto, il magazzino è sempre aggiornato e tenuto sotto controllo, dal punto cassa o da remoto, e si può effettuare l'ordine direttamente al fornitore.

Queste applicazioni all'avanguardia impattano anche sulla gestione del personale?

Sì. Le statistiche rilevate sono diverse: si può rilevare qual è stato il cameriere che ha venduto di più, le fasce orarie con più ordini, i reparti più produttivi. Tutte statistiche che aiutano a fare scelte per ottimizzare e migliorare il servizio.

Insomma, i prodromi della Data Analysis per il ristoratore. In scala da 1 a 10, mediamente quale ritieni sia il grado di percezione dell'importanza di applicazioni IoT nella ristorazione, da parte del ristoratore?

Credo che sempre di più i ristoratori siano a conoscenza di quanto sono importati le applicazioni IoT nella ristorazione, forse questo periodo che ci ha colpiti ha reso ancora più chiaro che è necessario sempre di più avere device collegati che diano delle informazioni da tenere sotto controllo per ottimizzare il lavoro. In una scala da 1 a 10 direi che 8 sia il valore attuale di quanto i ristoratori siano a conoscenza dell'importanza dell'IoT.

cod 75567

Insomma, quadro tendenzialmente esauriente sul passaggio da "IoP" a "IoT". L'orizzonte successivo? Si arriverà a "IoB", Internet of Behaviors. Ci si ripromette di parlarne in tempi brevi.

WELBILT OTTIENE IL CERTIFICATO DI CONNETTIVITÀ E INDUSTRIA 4.0

Se era risaputo che molti dei prodotti con il sigillo Welbilt avevano tutte le caratteristiche richieste per far parte dell'Industria 4.0, ora è ufficiale: Welbilt possiede il certificato di Connettività e Industria 4.0 per i modelli Convotherm Bake, Convotherm mini EasyTouch, Convotherm C4 EasyTouch, Convotherm maxx, Merrychef e2s e Merrychef e4s. Inoltre, dispone del servizio di connettività KitchenConnect, in costante sviluppo, leader nel mercato in riferimento all'integrazione di tutte le apparecchiature culinarie da un unico software che consente, tra molte altre funzioni, il monitoraggio della produzione o del consumo.

Comprendendo lo stress quotidiano della gestione di un ristorante, un minimarket o un hotel, Welbilt sta progettando la cucina del futuro per promuovere continui miglioramenti delle prestazioni per i suoi clienti. Mentre navigano in un nuovo paradigma digitale, Welbilt li aiuta a sfruttare i loro dati per ottimizzare i loro processi e risultati, migliorare

la loro esperienza di cena e, nel tempo, fornire una piattaforma che permetterà loro di adattarsi continuamente a un mondo in rapida evoluzione.

La tecnologia migliora il lavoro in cucina

L'applicazione della tecnologia digitale alle operazioni quotidiane in cucina consente di sfruttare la potenza delle informazioni in modo che le operazioni dei clienti Welbilt possano adattarsi a un ambiente in continua evoluzione in modo più rapido ed efficiente. La piattaforma digitale KitchenConnect dell'azienda offre numerosi modi per sfruttare questo potere per portare le operazioni dei propri clienti all'eccellenza, aiutando a realizzare vantaggi senza precedenti e fornendo l'integrazione di una cucina connessa in ogni momento con tecnologia e sistemi di monitoraggio progettati specificamente per il servizio di ristorazione.

Le linee Convotherm e Merrychef della Welbilt, grazie al servizio di connettività KitchenConnect, permettono di monitorare tutte le apparecchiature di cucina con un unico software che controlla produzione e consumi

L'infrastruttura KitchenConnect include la più recente connettività da macchina a macchina, applicazioni cloud, controlli del sistema dell'edificio e tecnici di analisi situazionale. Tutti questi servizi sono interconnessi per inviare avvisi attuabili a migliaia di località in quattro continenti, 24 ore al giorno, 7 giorni alla settimana e 365 giorni all'anno. Pertanto, KitchenConnect evita i tempi di fermo delle apparecchiature, risparmiando sui costi di manutenzione ed energia e proteggendo il cibo.

KitchenConnect è in grado di identificare potenziali problemi prima che si traducano in una perdita di entrate, offrendo la massima tranquillità ai clienti Welbilt. Inoltre, il servizio di connettività ha una schermata principale che sblocca tutte le informazioni sull'attrezzatura culinaria di cui i clienti del marchio hanno bisogno per ottimizzare il funzionamento della loro cucina. Queste informazioni vanno dai dati sul consumo di acqua o elettricità alle registrazioni degli errori, passando per documenti, manuali e video, download di menu e libri di cucina, informazioni sui cicli di pulizia, rapporti di servizio e molto altro ancora.

Informazioni in tempo reale, minori costi, maggiori prestazioni

In questo modo, Welbilt mette in contatto per la prima volta proprietari di franchising, gestori di ristoranti, chef e gestori di servizi, e offre soluzioni attraverso asset, menu, qualità e gestione del servizio. Fornisce informazioni in tempo reale, il che consente minori costi e maggiori prestazioni delle apparecchiature, oltre a evitare sprechi alimentari e migliorare il flusso di lavoro e la qualità degli alimenti.

Agevolazione fiscale per chi investe in attrezzature tecnologiche

In Italia, la legge di Bilancio 2020 ha confermato l'agevolazione fiscale riconosciuta sotto forma di credito d'imposta per gli investimenti in beni strumentali nuovi tecnologicamente avanzati, che è rivolta a tutte le imprese residenti nel territorio dello Stato. Il periodo di applicazione include gli investimenti effettuati a decorrere dal 16 novembre 2020 e fino al 30 giugno 2022, a condizione che entro il 31 dicembre 2021 il relativo ordine risulti accettato dal venditore e sia avvenuto il pagamento di acconti in misura almeno pari al 20% del costo di acquisizione. La norma è valida anche per annualità precedenti, a partire da investimenti avviati nel 2017, e si risparmia il 50% dell'investimento per il solo 2021.

cod 75817

Welbilt Italia
via Caduti di Amola 11/2 - 40132 Bologna
Tel 051 0920590
www.welbilt.it

EUROFIDES

PACKAGING VERSATILI PER TUTTI I TIPI DI LOCALI

Con la crescita di delivery e asporto, ogni tipo di attività ha bisogno di contenitori all'altezza della sua proposta gastronomica. Eurofides ha ampliato la gamma di scatole e accessori dall'utilizzo versatile

A ciascuna attività la sua scatola per take-away e delivery. Eurofides lancia la nuovissima gamma di contenitori, scatole e shopper che si adattano a tutte le esigenze. Ogni tipo di attività ha infatti bisogno di contenitori per food delivery all'altezza della sua proposta gastronomica. Non si tratta più solo di contenitori per il cibo da asporto, ma di garantire la migliore esperienza a chi effettua l'ordine. Che si tratti di ristoranti, pizzerie, bar o pasticcerie, c'è sempre una soluzione adatta al cliente. Colazione, pranzo, cena, pizza, cibo etnico, ricette gourmet, dolci: tutto può essere trasportato e consegnato in totale sicurezza mantenendo qualità, integrità e fragranza del cibo. Per questo Eurofides ha ampliato la gamma di scatole e accessori per food delivery e take away inserendo tanti articoli dall'utilizzo versatile. La scelta del contenitore giusto è infatti fondamentale per il successo di un servizio di delivery o di asporto.

La gamma di scatole Eurofides è studiata sia per contenere singole porzioni sia per realizzare dei box con un intero pasto. La stessa scatola per i dolci, ad esempio, può diventare un contenitore per la colazione oppure il box con un kit menu da completare a casa. Le scatole in vendita da Eurofides comprendono diverse opzioni idonee al contatto diretto con gli alimenti in cui sistemare aperitivi, panini, dolci, salse e tanto altro. Le scatole per alimenti Eurofides sono il frutto dello studio sulle soluzioni più innovative per garantire design, praticità e sicurezza alimentare.

Ciascun contenitore ha le sue caratteristiche: con o senza coperchio, idonei al microonde, adatti al frigorifero, quelli con rivestimento anti unto, per cibi caldi o freddi, quelli in materiale compostabile. C'è solo l'imbarazzo della scelta tra formati, materiali e colori, compresi articoli personalizzabili con logo. Per completare l'offerta, Eurofides propone shopper a fondo largo, bicchieri, posate, tovagliato e tante altre soluzioni monouso, anche personalizzabili, per rendere unica l'esperienza del pasto in qualunque modo sia servito. cod 75218

Eurofides
via Pietro Blaserna 94 - 00146 Roma
Tel 800 079060
www.eurofides.com

WAGYU, CARNE DI ALTA QUALITÀ PER LA RISTORAZIONE CHE VUOLE DISTINGUERSI

di ***Stefano Calvi***

Siamo in Giappone, nell'area montagnosa della regione di Kobe. Qui si allevano manzi della razza Tajima, una specie a pelo nero originaria dell'omonima zona che si trova nella regione di Hyogo, sul mare, nel sud del Giappone. Gli allevamenti di questa zona regalano una carne unica al mondo. Apprezzata dai grandi chef per la sua particolare texture burrosa e per un sapore chiaro e distinto rispetto a tutte le altre tipologie. Si tratta della carne di Kobe Gyu, meglio conosciuta come carne Wagyu di Kobe. Famosa in tutto il mondo, in Italia spesso la parola Wagyu non è nemmeno conosciuta e questa carne viene chiamata semplicemente Kobe.

Questa prelibatezza nasce grazie alle caratteristiche dell'animale. Il manzo Tajima ha geni molto forti e perfetti per ottenere la carne Wagyu che il mercato desidera: ossa sottili, marezzatura, gusto

Il mercato italiano e l'attenzione dei consumatori verso il "manzo giapponese" è in ascesa. Qualità, tracciabilità, costi di acquisto elevati, particolarità organolettiche uniche. Blasonati chef in tutto il mondo si sono avvicinati a questo prodotto facendolo diventare un punto di forza dei loro menu

e struttura. Questo animale viene definito "manzo originale" e oggi in Giappone ci sono pochissimi tori da riproduzione Tajima purosangue. Il loro Dna è quindi un patrimonio genetico di inestimabile valore utilizzato per gli incroci con vacche in tutto il Giappone (Omi, Matsusaka, Yonezawa e Hida hanno tutte Tajima nel loro albero genealogico). L'altissimo livello della qualità di questa carne viene quindi tramandato ancora oggi grazie al lavoro e alla passione degli allevatori che continuano a cercare di proteggere al massimo l'importante patrimonio della razza Tajima e della Kobe Gyu.

Wagyu significa "manzo giapponese" e comprende la tipologia Kobe

Oggi, purtroppo, in questo campo c'è parecchia confusione. In effetti i non esperti confondono le cose, equiparando il concetto di Wagyu con quello di Kobe. Cerchiamo di fare un po' di chiarezza anche a partire dall'etimologia del nome. Wagyu è una parola composta formata da due ideogrammi giapponesi: "Wa", che significa Giappone, e "Gyu", che vuol dire manzo. Il suo significato finale è quindi "manzo giapponese". Quindi con questo termine si identificano tutte quelle razze di manzo di origine giapponese che hanno delle caratteristiche ben precise come una carne ricca di grasso intramuscolare (le venature del grasso nella carne danno vita alla cosiddetta marezzatura) molto aromatico, dolce e, difficile da credere, salutare. Quindi rappresenta una categoria ampia all'interno della quale possiamo trovare tante tipologie di carne derivanti da animali allevati in zona diverse del Giappone stesso. Ad esempio la Kobe.

A far chiarezza ed entrare maggiormente nel dettaglio delle varie distinzioni, purtroppo ancora poco conosciute, è **Francesco Ferraboschi**, l'anima imprenditoriale di Wagyu Company, partner esclusivo per l'Italia di Wagyu Master, che con la succursale europea Wagyu Master Europe rappresenta in assoluto l'azienda giapponese più grossa e influente nel settore delle carni Wagyu. «Bisogna assolutamente capire che quello che chiamiamo carne di Kobe è una selezione di carni della prefettura di Hyogo, centro del Giappone», spiega Ferraboschi. «In questa prefettura c'è la città di Kobe, sul mare, e più a nord, sulle montagne, la zona chiamata Tajima. In quest'area c'è una razza di animali bovini chiamati Tajima Ushi, ovvero manzi Tajima prima della macellazione. Solo questi ultimi possono diventare carne di Kobe. Non esiste un manzo di Kobe, esiste invece un manzo Tajima che se supera una serie di test diventa carne di Kobe, Kobe Gyu in lingua giapponese».

Elevati standard di qualità, a partire dall'allevamento

Esistono degli standard di selezione rigorosi per cui un taglio possa definirsi Kobe Gyu. «Proprio così - ci spiega Ferraboschi - prima di tutto l'animale deve essere di razza Tajima e deve essere nato nella prefettura di Hyogo. Poi deve essere allevato nella stessa prefettura da un allevatore facente parte dell'Associazione ufficiale del manzo Kobe. Deve essere o una vacca che non ha mai partorito o un giovenco o manzo castrato, e deve essere macellato nei macelli di Kobe, Nishinomiya, Sanda, Kakogawa o Himeji nella prefettura di Hyogo».

Anche sotto il profilo della qualità la carne deve avere dei particolari requisiti, come sottolinea Ferraboschi: «Tecnicamente deve avere un punteggio di 4 o 5 e deve essere di classe A o B. A questa condizione si somma il fatto che il peso della carcassa, ovvero il corpo dell'animale da cui sono stati tolti pelle, ossa e organi interni, deve essere tra i 260 e i 470 kg per i maschi e tra 230 e 470 kg per le femmine. Infine, la percentuale di marezzatura, la cosiddetta BMS, deve essere di livello 6 o superiore. Caratteristiche chiare e ben definite».

La vera carne Wagyu è quella giapponese

La carne Wagyu non esiste solo in Giappone e possiamo trovare alcuni allevamenti in Australia, Stati Uniti, Cina o anche nel nostro Paese. Anche se parliamo sicuramente di carni di buona qualità, è fondamentale sottolineare che, secondo il ministero dell'Agricoltura giappo- ➔

nese, la vera carne Wagyu è solo quella degli animali allevati con determinate modalità e in determinate aree del Giappone.

«Proprio così - precisa Ferraboschi - WaGyu vuol dire manzo giapponese. Se non nasce e cresce in Giappone non possiamo chiamarlo Wagyu. Questa è la regola. Questa è la Geographical Indication (una sorta di "Dop") che lo Stato giapponese ha registrato internazionalmente per proteggere da questo tipo di "attacco", ossia allevamenti di Wagyu fuori dal Giappone le cui carni prodotte non possono chiamarsi così. Per poter verificare la tracciabilità dell'animale Wagyu originale è stato creato un link dove è possibile vedere luogo di nascita, crescita, macellazione del bovino e altre essenziali caratteristiche. Serve inserire il numero ID di identità che viene applicato al taglio anatomico».

Per questo motivo, tra l'altro, è stato creato un vero e proprio marchio che può essere apposto solamente sulla carne Wagyu giapponese che soddisfa precisi standard qualitativi. Questo marchio serve a certificare e ad assicurarci che la carne che lo presenta proviene da un autentico manzo nato, cresciuto e allevato in Giappone con pedigree certificato. In Giappone, entro sei mesi dalla nascita del vitello, viene emesso il certificato di pedigree, che permette di tracciare in modo univoco l'autenticità della razza fino a tre generazioni. In questo modo, il ministero dell'Agricoltura giapponese è riuscito fino ad oggi a proteggere l'autenticità della linearità del manzo Wagyu giapponese. Una margherita, fiore simbolo della prefettura di Hyogo, è il marchio di "certificazione" della Kobe Gyu: tutti i bovini allevati in questa determinata zona vengono ispezionati dopo essere stati macellati e venduti come manzi di Tajima al mercato delle carcasse; tra questi, quelli che superano i criteri di valutazione diventano "Kobe Gyu" e ricevono il timbro della margherita.

Macelleria Callegari ha scelto la razza Japanese Black

A sottolineare l'importanza della qualità è anche Fabio Callegari, l'ultima generazione della storica Macelleria Callegari dal 1961 di Piacenza. Il papà Claudio, grazie alla passione per le carni continentali e intercontinentali, si guadagna presto il titolo di "The Butcher", che lo vede come uno dei pionieri della vendita di Black Angus, Galiziana e ovviamente Wagyu, sia in negozio che online. «La costante ricerca della qualità e dell'eccellenza spazia sia a livello provinciale che nazionale, spingendosi sino ai territori oltreoceano», spiega Fabio, che nel 2012 ha avuto l'intuito di "trasformare" la macelleria anche in ristorante informale, facendolo diventare un punto di ritrovo dove pranzare e cenare in un'atmosfera conviviale e casalinga. «Mi preme ricordare che i bovini da cui si ricava questa tipologia di carne hanno un disciplinare di tutela che identifica alcune caratteristiche specifiche. La razza giapponese da noi selezionata è la più pregiata e prende il nome di Japanese Black, nome che deriva dal manto molto scuro di questi bovini».

Ottima fonte di proteine, ma si consiglia un consumo moderato

Questa carne è una fonte preziosa di proteine, ma c'è un rovescio della medaglia. Ci spiega queste particolarità la dietologa Sabrina Ravaioli, esperta in scienze alimentari e conoscitrice del mondo delle carni: «A rendere così pregiata e buona questa carne è la sua marezzatura, ovvero la sua marmorizzazione derivante dalla distribuzione del grasso nel tessuto muscolare. Detto questo, è una fonte di proteine di qualità elevata e di ferro in una forma facilmente assimilabile dall'organismo, importante per la

produzione dei globuli rossi e quindi per combattere le anemie. Purtroppo, però, la marezzatura, che le conferisce il gusto particolarmente saporito e la consistenza tenera e che rende questa carne molto apprezzata, è la prova di quanto sia più ricca di grassi rispetto alla carne di altre razze di manzo. Sono grassi saturi, il cui consumo non dovrebbe superare il 10% delle calorie introdotte quotidianamente con il cibo. È anche una fonte di colesterolo, le cui dosi quotidiane non dovrebbero superare i 300 mg. Da sottolineare però la maniacale tracciabilità di questo prodotto, non trascurabile per degustare una carne di altissima qualità e di certificata provenienza».

Come può orientarsi il consumatore nella scelta?

È utile capire i criteri con cui un consumatore deve scegliere questa tipologia di carne. Ce ne parla Francesco Ferraboschi di Wagyu Company: «La carne Wagyu di Kobe è una garanzia di provenienza. Quindi un primo criterio è la regione. Oltre a Kobe segnalo Miyazaki come regione di grandissimo valore in Giappone. Un secondo criterio per i veri appassionati è andare a scegliere l'allevatore. Mi spiego meglio, e spiego l'importanza di questa affermazione che può apparire inutile, in prima battuta. Noi siamo quello che mangiamo. Un vero appassionato vuole essere sicuro che la sua Wagyu sia stata nutrita in modo corretto, senza alcun tipo di "aiuto" all'ingrasso. Questa sicurezza la può dare la conoscenza dell'allevatore. Nel nostro sito, per esempio, raccontiamo la produzione di Muhenaru Ozaki San: l'allevatore ci informa sul mangime che viene dato agli animali, prodotto interamente e non acquistato per avere completo controllo dell'alimentazione dell'animale. Terzo (ma non meno importante) criterio di scelta è il taglio: non sempre i più cari sono i migliori, dipende dall'obiettivo dell'acquisto e dalla preparazione successiva. Faccio un esempio semplice ma estremo: per cucinare una ribollita con l'aggiunta di carne di Wagyu, capace di dare complessità al piatto finale, non userei mai un controfiletto o una costata, ma più semplicemente un gustoso stinco. Quindi bisogna acquistare tagli in base all'uso che si vuole fare».

La carne più costosa al mondo

Il mercato italiano e l'attenzione dei consumatori verso questa "carne dagli occhi a mandorla" è in ascesa. Un mercato fatto prevalentemente di esperti, capaci di assaporare un prodotto dalle qualità uniche che ben si discosta, per sapore e ➜

consistenza, dalla tipica carne italiana. Partiamo dal prezzo: questa carne è considerata la più costosa al mondo. «I costi, seppur alti, variano e sono frutto della qualità e della filiera e del brand - spiega Ferraboschi - ma come in ogni analisi del prezzo c'è dietro un motivo. Diciamolo in modo molto sintetico, è il metodo di allevamento ciò che rende costosa questa carne».

In Giappone il bestiame, per essere qualificato con il marchio Wagyu, deve essere allevato e nutrito secondo rigide linee guida. I bovini da riproduzione e le vacche gravide vengono allevati al pascolo mentre i vitelli vengono nutriti con mangimi speciali, per garantire che la loro carne sia marezzata. Per esempio, i giovani vitelli Wagyu vengono nutriti a mano con un sostituto del latte e ricevono giacche da indossare quando fa freddo. Rimangono in fattoria fino all'età di sette mesi prima di essere poi mandati all'asta per essere venduti alle aziende dove cresceranno. Molti degli accorgimenti che l'allevamento richiede generano importanti costi di gestione che impattano nel gusto ma anche nella tracciabilità, infatti ogni singola mucca ha un certificato di nascita che ne identifica la linea di sangue: ogni taglio Wagyu può essere così ricondotto ad una specifica fattoria.

E il mercato? «Prima di tutto - spiega Ferraboschi - bisogna dire che i ristoratori sono stati i primi ad avvicinarsi a questo prodotto e sono già attivi. Il pubblico comincia ora ad apprezzare questa carne. Ci siamo resi conto che il mondo dell'e-commerce della carne sta crescendo velocemente anche grazie alla forzatura del lockdown di questi mesi».

Wagyu, punto di forza nei menu dei ristoranti

Qualità, tracciabilità, costi di acquisto potenzialmente elevati, ma soprattutto particolarità organolettiche uniche: sono le caratteristiche di questa carne. Andiamo ora ad approfondire un ultimo aspetto, quello relativo alla cucina. Blasonati chef si sono avvicinati a questo prodotto facendolo diventare un punto di forza dei loro menu.

«È una carne molto marezzata per genetica e l'animale è soggetto ad un'alimentazione molto rigorosa»

Luca Brasi

Come nel caso di **Luca Brasi**, chef del ristorante La Braseria di Osio Sotto, in provincia di Bergamo. Curioso e attento cittadino del mondo, Brasi ha iniziato la sua avventura gastronomica collaborando con alcuni dei migliori chef di alcuni tra i più importanti ristoranti del mondo, apprendendone stili e raffinatezze interpretative. Ha trasformato La Braseria in un tempio per i cultori della carne nella sua espressione più pura, atavica, ancestrale. Con la particolarità che in Braseria non lavora, per scelta, carni sottovuoto, quindi tagli anatomici d'importazione. «L'unica azienda in Italia che alleva Wagyu a Dna certificato seguendo il protocollo giapponese è Cà Negra a Loreo, in provincia di Rovigo», spiega Brasi. «È una carne molto marezzata per genetica e l'animale è soggetto ad un'alimentazione molto rigorosa. Ogni tre mesi viene cambiata la tabella nutrizionale di ogni singolo capo in funzione della crescita e dello sviluppo, inoltre la tranquillità dell'animale durante tutta la crescita è un fattore determinante per l'ottenimento di un capo di qualità. Voglio ricordare che per essere certificato Wagyu oltre alle caratteristiche organolettiche e al grado di grasso, il capo deve avere più di 33 mesi, a differenza dei 18-24 dei nostri manzi».

Qual è il vantaggio di lavorare Wagyu italiano? «Noi lavoriamo la mezzena», afferma Brasi. «I vantaggi sono diversi a partire dal fatto che oltre ad averlo in osso e non confezionato sottovuoto, abbiamo la fortuna di avere a di-

sposizione tutti i tagli. Lavoriamo Wagyu Cà Negra da ormai 8 anni e questo ci ha permesso di perfezionare i salumi di Wagyu come lardo, bresaola e lardo spalmabile, oltre a sperimentare diverse cotture con altri tagli».

> «Una carne tenera e saporita che ho conosciuto in un viaggio in Giappone quando in Europa non veniva ancora importata e di cui mi sono subito innamorato»
>
> *Massimiliano Manfrè*

Diversa la storia di **Massimiliano Manfrè**, chef del ristorante Al Braciere di Eraclea, splendida località marittima alle porte di Venezia. Appena è stato possibile esportare in Europa questa tipologia di carne, l'ha inserita immediatamente nel menu. Nella sala principale del ristorante fa bella mostra un grande camino dove vengono cotte, nella griglia a legna, i tagli di carne frollati direttamente dalla famiglia Manfrè e che si possono scegliere direttamente dalla vetrina in sala.

«Nel 1995 apriamo il ristorante dopo la ristrutturazione di un rustico ad Eraclea», spiega Massimiliano Manfrè. «Il nostro locale si caratterizza per un menu con piatti a base di carne e di prodotti stagionali. Un ruolo importante lo diamo al Wagyu. Una carne tenera e saporita che ho conosciuto in un viaggio in Giappone quando in Europa non veniva ancora importata e di cui mi sono subito innamorato. Nel momento in cui si è aperta l'importazione in Europa questa carne è subito entrata a far parte delle nostre proposte».

Lo chef veneto ha le idee chiare su cosa servire in sala: «Acquistiamo sempre la categoria A5 per avere il massimo della marezzatura e come taglio abbiamo scelto lo "striploin" perché è quello che ci dà il risultato migliore per il nostro servizio. Lavoriamo solo il Wagyu giapponese perché a confronto con altre produzioni mondiali è l'unico che in cottura sprigiona un profumo e un sapore di umami, tratto distintivo di questo prodotto. Lo cuciniamo nella teppanyaki (piastra rovente in acciaio) dopo averla privata del grasso esterno, che risulterebbe poco gradevole con una cottura breve come questa. Facciamo una buona Maillard esterna e non portiamo la temperatura al cuore sopra ai 28-30°C per non sciogliere troppo il grasso d'infiltrazione. Lo serviamo con verdure di stagione che facciamo spadellare con il "burro di Wagyu", ricavato da una lunga bollitura del grasso esterno tolto in precedenza, e un pizzico di sale di Maldon». cod 75752

L'orata è considerata la regina dei pesci marini. Si distingue per la prominenza oro tra gli occhi e per il gusto particolare. Da servire sfilettata, magari facendosi aiutare dalla pescheria di fiducia

OSSERVATORIO CORDONS BLEUS

L'ORATA MIGLIORE? DI MEDIE DIMENSIONI E CON UN GUSTO CHE RICORDA LA NOCCIOLA

di ***Toni Sàrcina***
presidente Commanderie des Cordons Bleus Italia

Dopo principi della tavola come triglie e scampi, parliamo di un pesce tra i più graditi tra gli appassionati di cucina: l'orata, sacra ad Afrodite e considerata dagli esperti come la vera regina nella cucina dei pesci marini. L'orata ha una carne soda ma elastica anche negli esemplari più grandi, un sapore caratteristico con forte sentore marino ma molto armonico. Alcuni appassionati "romantici" dicono che, quando l'orata è nella sua condizione "migliore", possiede un gusto che è simile a quello delle nocciole.

Fa parte della famiglia degli sparidi; le sue dimensioni sono variabili a seconda della zona in cui vive. Le orate possono raggiungere una lunghezza massima di 60 cm mentre il loro peso può arrivare addirittura ai 10 kg. Gli estimatori di questo gustosissimo pesce preferiscono però gli esemplari di taglia medio-piccola poiché - affermano - il gusto è più deciso e gradevole rispetto a quelle di grosse dimensioni. L'orata ha un profilo ovale con dorso gibboso e una prominenza di

colore dorato fra gli occhi; da ciò deriva il suo nome. L'azzurro dorato del dorso passa da giallo sui fianchi, striati longitudinalmente di bruno, e sfuma nell'argenteo del ventre. Gli opercoli mostrano una macchia di color ruggine-bluastro in prossimità del margine superiore e una chiazza giallo-oro al centro.

È un pesce che predilige i fondali a scoglio o sabbiosi con vegetazione algale. Si pesca durante tutto l'anno ed è reperibile quasi ovunque. Da alcuni anni sono attivi, con risultati qualitativamente notevoli, anche alcuni allevamenti in diverse regioni; questa circostanza ha favorito il commercio di orate di dimensioni medio-piccole, utilizzate soprattutto dalla ristorazione. Superfluo sottolineare che le orate cosiddette “pescate” hanno gusto decisamente migliore e, naturalmente, prezzo di acquisto notevolmente diverso.

Ai meno esperti può capitare di confondere l'orata con il sarago, ma la caratteristica macchia gialla tra gli occhi la rende inconfondibile.

Le denominazioni più diffuse all'estero:

- In Inghilterra: gilt-head bream
- In Francia: daurade
- In Grecia: tsipoura
- In Spagna: dorada
- In Turchia: cipura

L'orata dalla pescheria alla cucina

Le orate che pesano oltre 1,5 kg richiedono un breve periodo di frollatura - da conservare al fresco per almeno 24 ore o anche più a seconda delle dimensioni. Se invece vengono acquistate nei negozi di pescheria, la frollatura avviene già durante il trasporto, per cui possono essere preparate subito dopo l'acquisto.

Secondo le preparazioni, l'orata può essere presentata intera oppure - come ormai avviene quasi dappertutto - già sfilettata con il vantaggio di non creare alcuna difficoltà ai commensali in quanto completamente priva di lische.

La sfilettatura dell'orata, passo dopo passo

1. Con forbici da cucina eliminare le pinne dorsali, quelle caudali, quelle ventrali e le laterali. Adagiare quindi il pesce sopra il piano di lavoro e, con il levasquame, oppure con un coltello, eliminare le squame da entrambi i lati procedendo dalla coda verso la testa.
2. Tagliare la parte ventrale del pesce, togliere le interiora e lavare l'orata accuratamente.
3. Con un coltello affilato incidere il pesce attorno alle branchie fino ad arrivare alla lisca centrale
4. Incidere la spina dorsale; la lisca al centro del pesce si troverà sotto la lama del coltello; procedendo dalla testa verso la coda staccare completamente il filetto dalla lisca. Rigirare il pesce e staccare l'altro filetto, seguendo la stessa procedura.
5. Con l'apposita pinzetta, estrarre tutte le lische dai filetti ottenuti.

Naturalmente, per rendere tutto più facile, vale la consueta regola di delegare il compito alla propria pescheria di fiducia ricordando però di intervenire con la pinzetta per una “revisione finale”.

75695

“Misticanza dell'orto con orata marinata, mousse di melanzana e maionese allo zenzero”, ricetta di Nadia e Giovanni Santini del Ristorante Dal Pescatore, 3 stelle Michelin, membri Euro-Toques Italia

FISH FOR CHEF

IL BUON PESCE PER UNA CUCINA DI QUALITÀ

Un nuova proposta dall'azienda di Bolzano specializzata nella distribuzione di prodotti freschissimi e premium da tutto il mondo. Si articola in un'ampia varietà di pesce fresco, surgelato e conservato

Woerndle Interservice è una storica azienda di Bolzano che, attraverso il marchio Gran Chef, distribuisce a ristoranti e hotel prodotti alimentari e non di altissima qualità, provenienti da tutto il mondo. L'azienda seleziona con grande cura i prodotti da proporre ai propri clienti e promuove marchi propri, creati per soddisfare le diverse esigenze del mercato. Tra questi, hanno acquisito notevole riconoscibilità marchi quali Gran Chef Selection, Diello, Viva Maria e From The Alps che, nei rispettivi settori merceologici, propongono prodotti di eccellenza.

A questi brand ormai affermati si unisce ora Fish for Chef, recentemente nato per offrire pesce di qualità. Questa nuova proposta si articolerà in un'ampia varietà di pesce fresco, surgelato e conservato. Come per ogni marchio proprio, anche in questo caso Woerndle Interservice garantisce severi controlli nella ricerca e nella selezione della materia prima, con adeguate certificazioni dei produttori e test di qualità, sino all'importante ruolo di chef interni che preparano con professionalità le degustazioni e forniscono suggerimenti sull'uso delle varie qualità di pesce. L'obiettivo, secondo la filosofia dell'azienda, è sempre quello di offrire prodotti dedicati alla ristorazione di altissima qualità.

Le prime proposte a marchio Fish for Chef saranno dedicate a prodotti surgelati, pescati nel Mar Mediterraneo, lavorati e congelati a bordo di pescherecci equipaggiati. Si tratta di articoli appositamente predisposti per essere usati nella ristorazione che, grazie al veloce congelamento, presentano qualità organolettiche pari al prodotto fresco. Le pezzature scelte sono selezionate con cura e sempre costanti, la lavorazione è ottimale per velocizzare la preparazione in cucina. Per citarne alcuni, gamberi rossi e viola, canocchie di dimensioni omogenee, tartare di gambero rosso e viola già porzionate, polpi, seppie e moscardini di notevole gusto, oltre a calamari spillo, perfetti per confezionare risotti di mare e pietanze squisitamente gourmet.

In attesa che alla proposta attuale si aggiunga anche il pesce fresco, già da ora le offerte ittiche di Fish for Chef sono perfette per preparare menu di grande successo nei migliori ristoranti del nostro Paese, nel rispetto della migliore tradizione alimentare di Woerndle Interservice.

cod 75368

Woerndle Interservice
via Einstein - 39100 Bolzano
Tel 0471 553500
www.granchefpremiumfood.com

MACINAZIONE INTEGRATA
PER SPRIGIONARE IL SAPORE AUTENTICO DELLA FARINA

Per costruire il futuro bisogna prima immaginarlo. Così si evolve e nascono idee innovative: creando nuove vie illuminate per raggiungere traguardi che non rappresenteranno mai la fine di un viaggio, ma soltanto l'inizio di una rivoluzionaria ricerca. È questa la filosofia che ispira il "fare impresa" di Agugiaro & Figna Molini, il Gruppo molitorio che attraverso una visione lungimirante ha realizzato grandi trasformazioni. Così è nata Le 5 Stagioni: l'ascolto delle necessità e dei bisogni dei pizzaioli hanno spinto allo studio e alla ricerca che ha portato alla nascita della prima linea di farine e miscele professionali in Italia dedicata a tutti gli artigiani della pizza.

Storia ed evoluzione, incontro e confronto sono gli elementi propulsori dai quali nasce MIA, acronimo di Macinazione Integrata Autentica, concepita attraverso l'utilizzo di un innovativo processo che associa due tipi di molitura: la più tradizionale a pietra con la moderna a cilindri. La macinazione integrata concilia quanto di meglio la tradizione e la tecnologia insieme offrono per ottenere sfarinati integrali o semi-integrali di granulometria mirata e precisa, igienicamente più sicuri, con prestazioni sempre costanti e stabili, con una shelf life superiore alla media e nel pieno rispetto delle caratteristiche native del chicco. I sapori e gli aromi sono intensi, con un alto grado d'igienicità e salubrità non riscontrabili nei processi tradizionali. MIA sprigiona il sapore della farina rivoluzionario, non solo per il metodo innovativo con il quale si sviluppa il processo molitorio, ma anche e soprattutto per il bouquet aromatico che essa racchiude.

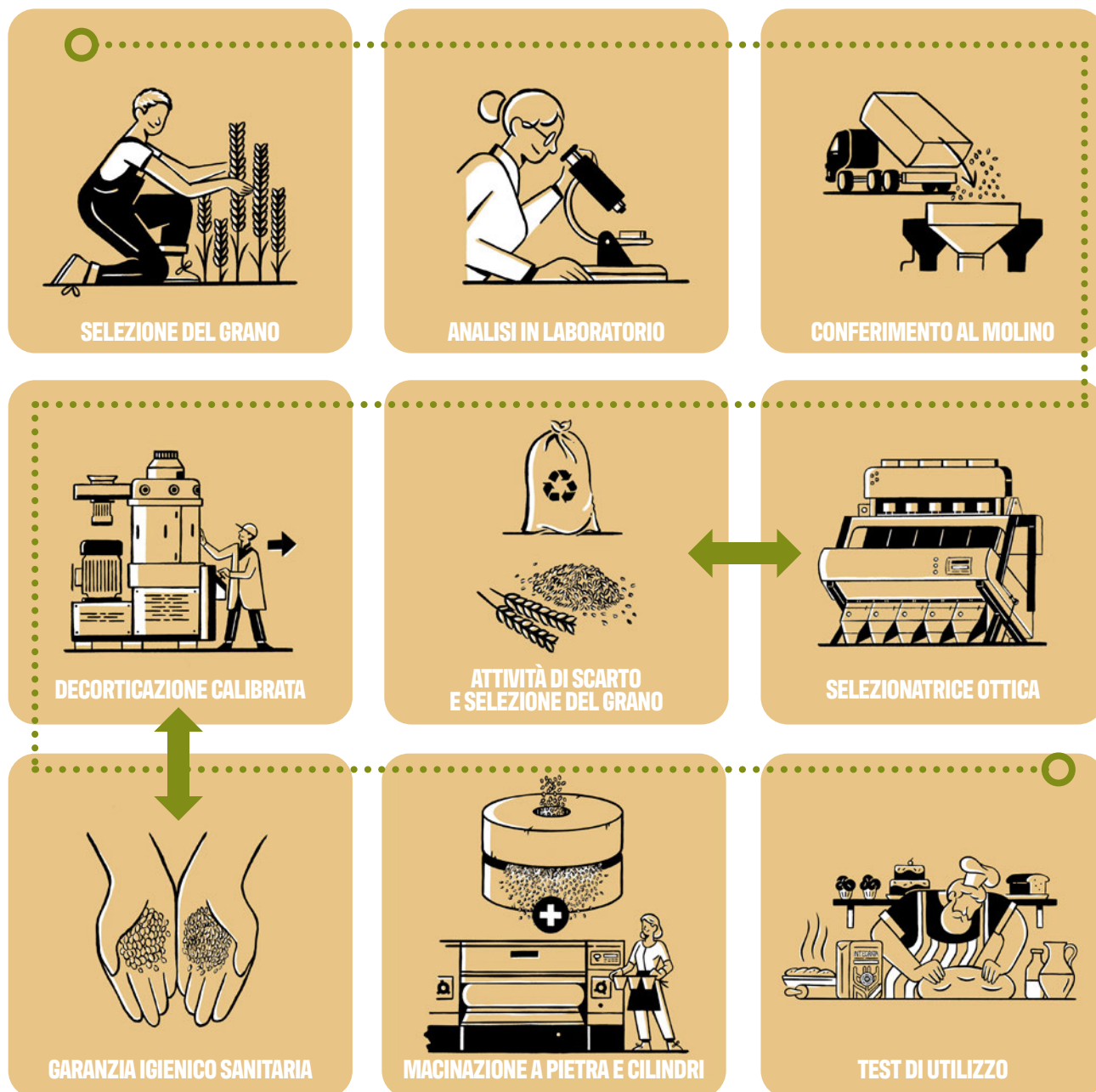
Il processo molitorio

Il processo molitorio ha inizio con la selezione delle migliori qualità di grano, in seguito esso viene analizzato in laboratorio per garantire l'integrità, prima di essere processato. Attraverso una decorticazione sapientemente calibrata, il chicco viene pulito delle impurità esterne: la leggera abrasione che avviene attraverso il processo di decorticazione garantisce elevati livelli igienico-sanitari. Una volta spogliato dalle impurità esterne, il chicco viene macinato con un tradizionale molino a pietra. In questo modo si mantengono i profumi e i sapori autentici del grano. Il processo d'integrazione è completato con la macinazione a cilindri: viene calibrata la granulometria della farina, così da garantire grandi prestazioni e costanza nel tempo.

Una gamma di 5 diverse referenze

La gamma si compone di 5 referenze: MIA S, MIA M e Mia X, sono le farine di tipo "1" di grande resa nella preparazione e realizzazione della pizza.

- **MIA S**: semplice, diretta, adatta a ri-

dotti tempi di lievitazioni, si presta a tutte le preparazioni in cui necessita una pronta reazione ai processi fermentativi e dove è richiesta una modesta elasticità.

- **MIA M**: multipla ed estensibile. Supporta e agevola la realizzazione d'impasti in cui si cerca lo sviluppo di una mollica voluminosa e ben strutturata con crosta friabile e sottile.
- **MIA X**: extra ed elastica. Adatta a lunghe lievitazioni e nei lavorati in cui si cerca un notevole sviluppo di volume, un agevole controllo della lievitazione e una maglia glutinica molto estensibile.
- **MIA SEI**, la semola di grano duro "integrale": rustica e gustosa, dalla granatura fine ed omogenea, perfettamente calibrata, che rende docili le lavorazioni. Rispetto ad altre semole, si differenzia per abbondanza e leggerezza nelle fibre contenute. Si presta all'utilizzo in purezza oppure miscelata per conferire maggiore rusticità, fragranza e corpo caratteristici.
- **MIA GRA** è la farina ricca e genuina, tipo "2", ottenuta dalla lavorazione di grani antichi 100% italiani: Verna, Autonomia, Abbondanza, Frassineto. Adatta a brevi lievitazioni e per processi di lavorazione delicati nel rispetto della tradizione. I prodotti ottenuti si distinguono per le note aromatiche pregevoli, fini e ampie che infondono grande personalità. cod 75642

Agugiaro&Figna Molini
Strada dei Notari 25/27
43044 Collecchio (Pr)
www.agugiarofigna.com

La Tonda 31

DELIVERY DI QUALITÀ LA DIFFERENZA LA FA IL PRODOTTO

Nelle basi Scrocchiarella Frozen di Italmill gli ingredienti di qualità e tutto il saper fare artigianale dell'impasto tradizionale, per un prodotto finito che conserva fragranza, gusto e croccantezza anche a freddo

Avrete pensato tante volte di cambiare qualcosa della vostra proposta, che stuzzichi l'interesse del cliente ma che sia anche di qualità. La pizza già sapete quanto è richiesta, ma non avete personale formato per partire dall'impasto. Lo spazio è quello che è, e poi la gestione del vostro punto vendita è già strutturata per privilegiare altre categorie di prodotto. Però l'idea di poter proporre la pizza, soprattutto di questi tempi non vi abbandona. Capita spesso. Nelle basi Scrocchiarella Frozen a marchio Italmill l'operatore trova una soluzione vincente che consente di proporre un prodotto pizza di alto valore qualitativo, con poche mosse e in qualsiasi momento della giornata.

Qualità prima di tutto

Italmill, partendo dagli stessi ingredienti di qualità dell'impasto tradizionale, ha portato tutto il saper fare artigianale in un'intera gamma diversificata di formati e sfarinati per dare all'operatore la massima tranquillità di qualità e continuità di prodotto. Tutte le basi sono infatti preparate con lievito naturale madre, olio extravergine di oliva 100% italiano "top" (tracciabilità origine prodotto) dell'Azienda Coppini Arte Olearia di Parma e PreSal (sale marino con iodio protetto, che resiste alla cottura). Grazie al lievito naturale madre il prodotto risulta particolarmente croccante ma anche leggero e digeribile, come vuole il cliente.

Italmill ha dedicato al food delivery un'intera gamma pensando a grandi formati condivisibili, tipici della pizza in pala come la 55 x 25 e la 30 x 40, e ha inserito da poco in gamma uno dei formati più richiesti da chi è affezionato alla forma classica, la Tonda 31. Sempre pronta all'uso, Scrocchiarella Tonda 31 agevola il take away con la sua scatola dedicata che consente di organizzare un delivery di qualità, mantenendo inalterate le sue caratteristiche anche durante il trasporto.

Già pronte, solo da farcire

Ampia è la scelta degli sfarinati, disponibili infatti nella versione classica, integrale, riso venere, rustica e grano duro, per accontentare un po' tutti i gusti. L'operatore può così personalizzare le farciture con abbinamenti classici o gourmet, dedicarsi alla ricerca di nuovi ingredienti privilegiando i prodotti del territorio o le verdure fresche di stagione. Senza necessità di scongelamento, basta estrarre le basi dal freezer, farcirle a piacere e cuocerle in forno per pochi minuti per ottenere un prodotto finito dalle eccezionali caratteristiche di fragranza, gusto e croccantezza anche a freddo.

Italmill provvede anche all'affiancamento con tecnici esperti per aiutare a prendere maggiore confidenza con tecniche di farcitura e ricettazioni per ultimare il prodotto, così come nella formazione del personale.

cod 75774

Italmill
via San Pietro 19/A - 25033 Cologne (Bs) - Tel 030 7058711
www.italmill.com

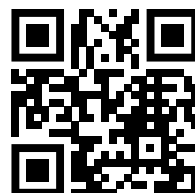
FARINE DA GRANO LAVATO PER UNA PIZZA GUSTOSA, DA VERO PIZZAJUOLO

L'incessante attività del reparto Ricerca e Sviluppo e dei tecnici del Molino Dallagiovanna, che quotidianamente lavorano a nuove farine e testano quelle già esistenti per garantire ai professionisti del settore prodotti sempre costanti e performanti, ha presentato nel 2020 laNapoletana 2.0, la farina perfetta per i veri "maestri pizzajuoli". Nel 2019 l'Associazione verace pizza napoletana (Avpn) ha cambiato il disciplinare della pizza con un aggiornamento storico che riguarda principalmente le farine e laNapoletana 2.0, che si affianca alla già nota laNapoletana, risponde perfettamente a questo cambiamento radicale, che include le farine di tipo 0 e in percentuale di tipo 1.

Per la pizzeria, oltre alle più tradizionali farine 00 della linea Far Pizza, l'azienda propone i mix Oltregrano laPinsa (anche nella versione Easy) e laPala, Nobilgrano con germe di grano, leDivine da grano 100% italiano, la linea Uniqua di farine multiuso di tipo 1 e integrali e i preparati per pizza senza glutine e lattosio.

Comune denominatore e punto di forza delle farine per pizza, e più in generale delle 400 referenze Molino Dallagiovanna, è il lavaggio a immersione del grano. Nel lavaggio del grano Molino Dallagiovanna crede da sempre e lo considera un elemento chiave per ottenere una farina di qualità eccellente dalle straordinarie proprietà organolettiche. È la forza dell'acqua, unita all'arte molitoria antica della lavagrano e alle tecnologie più innovative, che consente infatti di realizzare farine superiori, farine da grano lavato.

L'elemento che caratterizza questo processo è la macchina lavagrano, una vasca chiusa in cui coclee di diverse dimensioni fanno avanzare il grano, immergendolo sotto getti d'acqua, come una grande lavatrice. Il risultato di questo processo è un chicco pulito, idratato e morbido al punto giusto, pronto per la macinazione lenta, a freddo e senza stress. cod 75424

Molino Dallagiovanna
Località Pilastro 2 - 29010 Gragnano Trebbiense (Pc) - Tel 0523 787155
www.dallagiovanna.it

FRUTTA E VERDURA, CAMBIO DI STAGIONE PREZZI SU PER PRIMIZIE E BIOLOGICO

Con la primavera, inizia la rotazione delle referenze ortofrutticole. E le aziende che hanno puntato sulla differenziazione delle produzioni ora si trovano in pole position. Unica eccezione, la patata. I prezzi per la frutta a breve e lunga conservazione hanno avuto andamenti nel complesso stabili

di *Nicola Grolla*

La primavera è ufficialmente iniziata e comincia la rotazione stagionale dei prodotti ortofrutticoli presenti sul mercato. Come riporta l'analisi di Bmti (Borsa merci telematica italiana), i dati del mese di febbraio presentano il primo shift verso l'aggiornamento delle referenze.

Le quotazioni risentono del cambio di stagione

Nel comparto degli agrumi, per esempio, la domanda si è mantenuta su livelli elevati e, in coincidenza con il periodo di maggior produzione del prodotto nazionale, non si sono rilevati grandi variazioni di prezzo (eccetto che per le clementine: +35,2%). L'arrivo delle varietà tardive come Hernandiana, Orri e Nadorcott – soprattutto da Israele e Spagna - hanno spinto in alto le quotazioni.

I prezzi per la frutta a breve e lunga conservazione hanno avuto andamenti nel complesso stabili. Tra i frutti a breve conservazione la fragola ha registrato un forte aumento mensile (+64%), determinato sia dall'aumento della domanda, favorito dalle condizioni climatiche che hanno anticipato di qualche settimana l'arrivo della primavera nonostante l'incremento della produzione, sia dall'entrata della cultivar Sabrosa, con quotazioni su livelli più elevati rispetto allo scorso anno.

L'aumento della produzione di melanzane all'inizio del mese di febbraio ha fatto sì che i prezzi di tutte le varietà tornassero su livelli medi rispetto al periodo (-24,3%) dopo il picco di prezzi registrato a gennaio. Tale decremento si è tuttavia arrestato con la gelata di metà febbraio. Stessa tendenza ha caratterizzato anche i prezzi delle zucchine. Infine, la diminuzione dei prezzi delle zucche è da attribuirsi all'allungamento della campagna di vendita delle zucche lunghe Violina a prezzi contenuti. Al contrario, lo scorso anno in questo periodo era presente sul mercato soprattutto la varietà tonda Delica, prodotto tipicamente caratterizzato da quotazioni più elevate.

L'ultima coda del gelo impatta sui dati di marzo

Entrando maggiormente nel periodo primaverile e pasquale con i dati di Ismea Mercati, nella terza settimana del mese di marzo, i prezzi medi all'origine di gran parte degli ortaggi, sia in pieno campo che in coltura protetta, hanno mostrato un incremento, in virtù di una offerta che a causa delle basse temperature è risultata in calo cui è corrisposta una maggiore richiesta. In controtendenza, solamente le quotazioni medie dei carciofi a fronte di uno standard qualitativo non sempre adeguato. Prime contrattazioni per le patate novelle siciliane per le quali la presenza sui mercati di merce di provenienza estera esitata a prezzi competitivi ne ha limitato le vendite.

Per quanto riguarda la frutta, l'ultima settimana di marzo ha registrato un tipico incremento rispetto alla stagione invernale. Agevole il collocamento per le fragole a fronte di una offerta che, complice il brusco calo termico, è risultata contenuta ma a cui è corrisposto l'interesse della domanda.

Apo Fruit: differenziare per essere resilienti

Occasioni da sfruttare per Apo Fruit, cooperativa di primo grado di produttori agricoli organizzati per la commercializzazione diretta delle produzioni che conta circa 3.200 produttori da tutte le principali aree produttive italiane; dalla Sicilia al Trentino. «Essendo così distribuiti seguiamo un po' tutte le produzioni: si va dall'orticolo della Sicilia agli agrumi calabresi, poi le fragole e l'uva della Basilicata, tutte le produzioni estive e autunnali-invernali come le mele del trentino», racconta il direttore commerciale **Mirco Zanelli**.

Una diversificazione che ha permesso all'azienda di superare le difficoltà del 2020. «Se da un lato abbiamo subito le problematiche sanitarie, dall'altro siamo riusciti a metterci a regime abbastanza velocemente tanto che l'azienda ha chiuso i conti dell'anno con un segno positivo», aggiunge Zanelli. Insomma, i fatturati hanno tenuto e in alcuni casi migliorato la propria performance anche a livello di prezzo come nel caso di kiwi, ciliegie, pesche, susine e albicocche.

Ma è sul biologico che punta l'azienda: «Il 25-30% dei nostri produttori utilizza metodi sostenibili e che puntano al prodotto bio. Per la sua commercializzazione, la cooperativa utilizza lo spin off Canova che, nel corso degli ultimi anni, è arrivata a pesare un terzo del volume di affari del gruppo. L'idea è quella di mettere a frutto una competenza sviluppata fin dagli anni '90 per andare incontro alle nuove tendenze di consumo alla ricerca di prodotti confezionati, maggiore ➔

attenzione alla sostenibilità e alla qualità. Quest'ultima da intendersi come prodotti Made in Italy e a valore nutrizionale aggiunto», conclude Zanelli.

Biologico? Il trend inizia a farsi sentire

Stessa cosa si può dire per Primiziexpress, azienda attiva nel mercato ortofrutticolo di Firenze che commercia un'ampia varietà di prodotti freschi rivolgendosi a una pluralità di canali che vanno dalla grande distribuzione all'Horeca (segmento che ha perso fino all'80% di fatturato) nell'intento di differenziare quanto possibile lo sbocco della merce. «Da quando è iniziata la pandemia, abbiamo portato avanti il nostro ruolo pubblico con grande etica e applicazione. Abbiamo sempre garantito la presenza di tutti i prodotti richiesti, con qualche problema di aumento dei prezzi nei soli primi mesi dell'emergenza a febbraio-marzo 2020 quando la raccolta e l'approvvigionamento avevano subito una battuta d'arresto», racconta **Aurelio Baccini**, amministratore delegato della società fondata nel 1928.

Diverso, invece, il discorso per il biologico che rappresenta il trend del momento: «Abbiamo registrato una maggiore richiesta da parte dei nostri clienti, anche nei canali extra-Gdo. Certo, rispetto alle possibilità, si tratta ancora di una domanda timida me negli ultimi 7-8 mesi si è delineata in modo più chiaro anche per produttori e grossisti», racconta Baccini. Nel caso in cui la domanda dovesse accelerare ulteriormente, Primiziexpress partirebbe già in pole position: «L'azienda è impegnata direttamente nella produzione di patate in Toscana. Abbiamo produzioni locali e a Km Zero. Tutte a bassissimo impatto ambientale per rispettare i disciplinari delle varie denominazioni e della Gdo», conclude Baccini.

Indice dei prezzi ufficiali all'ingrosso di frutta e ortaggi

	Variazione (%) febbraio 2021 rispetto a un mese fa	Variazione (%) febbraio 2021 rispetto a un anno fa
Agrumi	1.8%	-10%
Arance	-6.1%	-11.1%
Limoni	-1.4%	-4.2%
Pompelmi	-5.1%	7.5%
Clementine	35.3% ▲	-16.5%
Mandarini	-11.3%	-13%
Frutti a breve conservazione	64%	44.6%
Fragole	64% ▲▲	44.6%
Frutti a lunga conservazione	1.8%	-7.4%
Mele	1%	-3.9%
Kiwi	5%	-7.2%
Pere	1.2%	-17.4%
Tropicali	-1.1%	-9.9%
Ananas	-17.2%	-25.3%
Banane	3.7%	-5.3%
Bacche	-11.6%	-0.6%
Cetrioli	-2.8%	-27.3%
Melanzane	▼ -24.3%	8.1%
Peperoni	4.5%	-9.2%
Pomodori da insalata	-7.2%	-4.5%
Zucchine	▼ -24.4%	12.6%
Insalata	4.2%	-3.8%

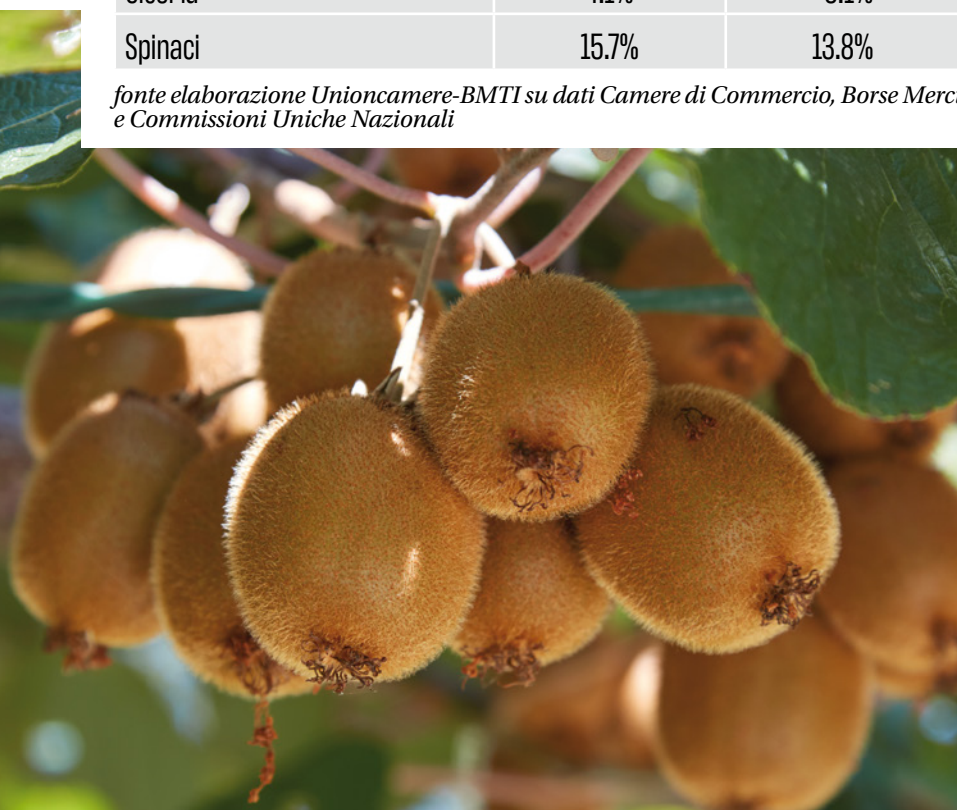
Ortaggi a breve conservazione	-5.7%	-11.2%
Carciofi	-10.3%	-2.8%
Fagiolini	0.4%	-22.4%
Ortaggi a media conservazione	-0.2%	-0.7%
Cavolfiori	-0.9%	-11.2%
Cavoli broccoli	4.6%	9.7%
Finocchi	-3.1%	-1.9%
Funghi freschi coltivati	2.4%	1.1%
Sedani	-3%	1.1%
Ortaggi a lunga conservazione	-2.2%	-2.1%
Agli	2.2%	3.7%
Carote	-5.4%	-2.4%
Cavoli cappucci	3.6%	13.5%
Cipolle	-2.9%	11.1%
Patate	-2.9%	-7.8%
Cavoli verza	5.6%	19.2%
Zucche	4.3%	-41.2%
Ortaggi a foglia da cottura	10.2%	7.5%
Bietole	14.1%	17.1%
Broccoletti	18.2%	14.6%
Cicoria	4.1%	-0.1%
Spinaci	15.7%	13.8%

fonte elaborazione Unioncamere-BMTI su dati Camere di Commercio, Borse Merci e Commissioni Uniche Nazionali

Patate: dal Fucino 430mila quintali nell'ultimo anno

A proposito di patate, i dati Ismea di fine marzo rivelano che, con qualche settimana di ritardo rispetto alla precedente stagione, ha avuto inizio la campagna di commercializzazione delle patate novelle. I limitati quantitativi affluiti sui mercati, complice la presenza di merce estera esitata a prezzi concorrenziali, ha riscosso scarso interesse da parte della domanda. Le quotazioni di esordio, tuttavia, si sono posizionate sugli stessi livelli registrati lo scorso anno.

Mercato regolare per il prodotto in magazzino, come quello prodotto e distribuito dal Consorzio di tutela della Patata del Fucino Igp nato nel 2017 e arrivato, nell'ultimo anno, a 430mila quintali prodotti per un aumento del +30%. «I nostri soci, oltre 300, hanno magazzini idonei per la conservazione del prodotto che così può allungare la sua presenza sul mercato fino ad aprile-maggio dopo l'inizio della raccolta a settembre», spiega il direttore **Mario Nucci**. Particolarmente apprezzata per le sue proprietà organolettiche, derivanti dalla singolare coltivazione nei pressi del lago prosciugato del Fucino a 800 metri di altitudine, la Patata del Fucino Igp trova il suo principale sbocco nel canale Gdo: «I soci del Consorzio sono riconoscibili sugli scaffali grazie al marchio unico che certifica la provenienza e le proprietà del prodotto. Parallelamente ci rivolgiamo anche all'industria di trasformazione e all'Horeca», afferma Nucci.

Il vero impegno, al momento, è quello verso la sostenibilità: «Anche grazie al nostro socio maggioritario, Ampp, abbiamo promosso la produzione la Patata del Fucino Igp a scuola e online tramite diversi webinar. Inoltre, in collaborazione con Findus, partecipiamo alle attività del World Food Programme delle Nazioni Unite», conclude Nucci. 75616

TRE BUONI MOTIVI PER SCEGLIERE PIÙ PRODOTTI A BASE VEGETALE

L'era "verde" è iniziata: il futuro del cibo sta diventando vegetariano e vegano! Sempre più persone in Italia non mangiano carne o ne consumano meno. Il bisogno di carne sta diminuendo, mentre aumenta il desiderio di alternative vegetali buone e innovative. Ma, nonostante questa tendenza a lungo termine, alcuni ristoratori hanno ancora pregiudizi nei confronti dei piatti senza carne: potrebbero avere un sapore noioso, essere difficili da preparare o mancare di ispirazione... È giunto il momento di dissolvere queste idee nel nulla!

Abbiamo chiesto ad **Anna Knipps**, head of markets di Salomon FoodWorld Italy, perché è una buona idea offrire pasti a base vegetale nei ristoranti. «Possiamo elencare non uno, ma ben tre buoni motivi per aggiungere questi prodotti nel menu».

1. Le offerte vegane sono per tutti, compresi gli amanti della carne

«Mentre i piatti di carne e i pasti con ingredienti di origine animale non possono essere presi in considerazione dai vegetariani e vegani, non si può dire questo del contrario: le buone offerte vegane attraggono i flexitariani, spesso anche gli amanti della carne.

È importante che le alternative a base vegetale siano convincenti: con un aspetto e una consistenza allettanti, offrano nuovi sapori interessanti o una sorprendente somiglianza con la carne "vera". Prodotti vegetali buoni e innovativi come il Crunchy Chick'n Burger o il Veggie Knusper Schnitzel, sviluppati appositamente per la ristorazione, difficilmente si distinguono dai prodotti a base di carne originali.

Con offerte così imperdibili i ristoratori potranno attirare molti più

Anna Knipps

ospiti; dai vegani agli amanti della carne!».

2. Il “plant based” ha un minore impatto ambientale a livello globale e individuale

«Non sono solo motivi di salute o benessere degli animali a motivare le persone ad optare per uno stile di vita vegano o vegetariano, ma anche aspetti di natura ecologica. È stato dimostrato che la riduzione del consumo di carne è un passo importante nella lotta al cambiamento climatico. I ristoratori hanno una grande responsabilità e possono contribuire in modo proattivo in questa direzione: attraverso porzioni più piccole di carne, più verdure e una gamma più ampia a base vegetale. Gli ospiti oggi sono anche preoccupati per altri temi di sostenibilità: gli ingredienti provengono da produttori locali o dall’altro capo del mondo? Sono stagionali, sostenibili e biologici? Coloro che osservano tali criteri nella loro cucina raccoglieranno il consenso dei loro ospiti e avranno una coscienza più pulita! Per inciso, anche con i prodotti a base vegetale è importante prestare maggiore attenzione alla sostenibilità: i prodotti a base di cereali regionali, tedeschi o europei hanno naturalmente prestazioni significativamente migliori rispetto ai prodotti a base di soia del Sud America o dell’Asia. I prodotti Green Heroes di Salomon sono composti al 100% da proteine del grano, 3/4 delle quali provengono da campi tedeschi e 1/4 da campi europei».

3. Offerte innovative a base vegetale che hanno il sapore della carne

«Come possono i prodotti vegetali imitare la carne nel modo più autentico possibile? Innumerevoli esperti nutrizionisti si occupano di questa domanda da molto tempo. Una cosa è chiara: più è convincente, più è facile per i clienti scegliere l’alternativa vegetariana. Nel frattempo, il mercato si è sviluppato molto e i nuovi prodotti a base vegetale non solo hanno un sapore incredibilmente simile alla carne e si avvicinano molto alla sua consistenza, ma possono anche essere preparati allo stesso modo. Questo rende particolarmente facile il lavoro del cuoco. Non si deve prestare attenzione a nulla di speciale, tranne che non confondere l’hamburger vegano con l’hamburger di carne!». cod 75213

Salomon Food World
Nordring 13 - 63762 Großostheim
Tel +39 331 8024751
www.salomon-foodworld.com

LA TARTUFICULTURA È SICURAMENTE IL FUTURO DEL TARTUFO

di *Giuseppe Cristini*

Dare futuro al tartufo italiano per promuovere l'imprenditoria agricola, rilanciare una filiera sostenibile e di qualità. Con Truffleland, Urbani Tartufi accompagna gli agricoltori dalla semina della pianta alla vendita del prodotto. Truffleland è valorizzazione della biodiversità, è la via più virtuosa per il recupero delle zone abbandonate, per l'aumento della redditività dei terreni montani incolti, attraverso la creazione di ecosistemi ad elevatissima biodiversità con un impatto benefico sull'ambiente. In Italia e nel mondo.

Chiunque abbia un terreno adatto alla tartuficoltura troverà in Truffleland un innovativo modello imprenditoriale, appassionante e redditizio. Le piantine Truffleland, sono trattate con una tecnica brevettata da Urbani Tartufi, che assicura una micorizzazione almeno del 70%, ovvero la più alta concentrazione di spore fruttifere rispetto alla media europea di mercato, garantendo così ampie possibilità di raccolto. Il risultato della trepidante attesa è il tartufo, cibo unico e profumato, miracolo della natura.

ACCADEMIA ITALIANA DEL TARTUFO

La tartuficoltura Truffleland consente, inoltre, di ottenere dei redditi

L'INNOVAZIONE TRA IMPRENDITORIA E SOSTENIBILITÀ

Ridare vita a terreni incolti, preservando un patrimonio simbolo dell'eccellenza del Made in Italy: il tartufo. Ricchezza, biodiversità e sostenibilità di lungo periodo: sono questi gli obiettivi di Truffleland. Il preziosissimo e affascinante mondo del tartufo è messo a rischio da fattori quali abbandono della manutenzione dei boschi e disboscamenti delle zone vocate. La perdita della biodiversità genetica del tartufo contribuirebbe poi a un appiattimento culturale e comporterebbe una perdita di tradizioni popolari, usi e costumi.

Il progetto Truffleland nasce dalla passione e audacia imprenditoriale dell'azienda Urbani Tartufi che si è assunta la responsabilità di aumentare la

correlati immediati, grazie al servizio di ritiro della merce con pagamento alla consegna, al corrente prezzo di mercato. I tecnici Truffleland hanno il compito di verificare l'idoneità del terreno, realizzarne l'impianto e seguirne la crescita. Il supporto viene assicurato anche negli anni successivi, fino alla raccolta dei preziosi tartufi. cod 75085

Pre informazioni:

www.accademiaitalianadeltartufo.it

produzione italiana del tartufo attraverso la messa a punto di un sistema completo per proporre a chiunque un business chiavi in mano e offrire concrete opportunità professionali.

Truffleland parte da un grande vivaio, situato a Scheggino (Pg) in Valnerina, che produce piante micorrizate per la coltivazione dei tartufi con una metodologia rivoluzionaria. Nuove piante da tartufo che nascono, al centro di infinite tartufaie naturali che sono invece lì da secoli e che hanno bisogno di nuova forza. Piantate poi all'esterno, per cinque anni se ne stanno silenziose ad assorbire tutto il nutrimento, aspettando con pazienza che la terra le maturi.

Truffleland fonde le nuove tecniche dell'agricoltura di precisione e delle smart farm a quelle tradizionali di un mestiere centenario: nelle piantagioni Truffleland, infatti, vengono inseriti dei microchip che aiutano a monitorare ogni fase del processo produttivo e che saranno utili in futuro per studiare perché alcune piante producano più tartufo e altre meno.

Truffleland sta per dare vita anche a un'azienda formativa che sarà inserita nell'elenco regionale delle fattorie didattiche, dove si organizzeranno attività di formazione, aggiornamento ed educazione. cod 75617

Per informazioni e consulenze:

www.truffleland.com

IL TERROIR DEL TARTUFO LIMO, ARGILLA E... PH

di ***Giuseppe Cristini***

Per capire quali sono i terreni ideali per il tartufo (*Tuber Albidum*, o marzuolo), è indubbiamente indispensabile un terreno calcareo leggero, marnoso e argilloso. La tartufaia, per essere realizzata, ha bisogno sicuramente di un'analisi del terreno e di un ambiente ideale: le piante giuste possono essere senz'altro la roverella, il tiglio e il nocciolo.

A raccontarci tutto questo è il Maestro Cavatore e custode del bosco **Pino Crestini**. Una tartufaia merita un'analisi approfondita di vari punti del terreno: è importante innanzitutto il pH, poi il calcare totale e attivo, ma anche la percentuale di limo e argilla. E poi sgombriamo il campo dall'idea che si possa coltivare il tartufo in un vaso in terrazzo. Sicuramente è un illusione. Senza terreni idonei, adatti ad ogni singolo tartufo, senza un'analisi del terreno e senza le piantine giuste micorrizate e certificate (e in questo caso richiamiamo il valore del Truffleland) sicuramente il tartufo non vegeterà mai.

Molto spesso si sentono delle pubblicità o delle promozioni che vendono piantine garantite certificate per la produzione del tartufo. In questi casi è utile affidarsi sempre alle professionalità e a chi questo mondo lo vive costantemente, come il Truffleland. cod 75447

MENU CON PRUGNE DELLA CALIFORNIA PER UNA CUCINA GUSTOSA E SALUTARE

La filiera delle Prugne della California è rappresentata dal California Prune Board, consorzio che riunisce 800 coltivatori e 28 confezionatori di prugne provenienti dalla California sotto l'autorità del California Secretary of Food and Agriculture. Parte della ricca storia della California, le Prugne della California sono uno spuntino naturalmente dolce e nutriente e un ingrediente versatile in cucina. Per conoscere meglio questo frutto straordinario, Italia a Tavola ha intervistato **Kevin Verbruggen**, European marketing director del California Prune Board.

I consumatori sono sempre più attenti al tema della sostenibilità. Quali sono le pratiche messe in atto in tal senso nella coltivazione delle Prugne della California?

I coltivatori e i fornitori delle Prugne della California investono nella sostenibilità attraverso l'integrazione dell'impatto ambientale della coltivazione, dei metodi di distribuzione e dell'equità sociale ed economica dei lavoratori. Sul fronte della produzione, standard elevati e un'ottima gestione dei frutteti favoriscono l'uso delle risorse naturali. I coltivatori di prugne usano colture di copertura per fornire una fonte di cibo alle api, e rispettano la fauna selvatica per il controllo dei parassiti e la conservazione degli habitat naturali. Grazie a tecnologie agricole avanzate, possono irrigare i loro frutteti in estate usando livelli d'acqua precisi solo quando e dove è necessario con tecniche specifiche come la microirrigazione e l'irrigazione a goccia sotterranea per una efficienza idrica ottimale.

La pandemia ha spinto gli italiani da una parte a ricercare cibi di conforto, dall'altro a scegliere piatti e ingredienti "sani" per favorire la quotidianità di una vita in forma e di uno stile di vita premiante nel tempo. Qual è il contributo di Prugne della California?

Secondo i risultati di un recente sondaggio online commissionato dal California Prune Board in Italia, i consumatori italiani prestano da tempo attenzione al Paese di origine dei prodotti alimentari e selezionano regolarmente prodotti della migliore qualità possibile per un'alimentazione sana. Come parte di una dieta sana e bilanciata e di un corretto stile di vita, mangiare quotidianamente 100 grammi di Prugne della California (circa 8-12), contribuisce al normale funzionamento dell'intestino.

Le Prugne della California, grazie all'alta qualità, al gusto distintivo e alle grandi dimensioni, sono un ingrediente versatile che si integra perfettamente con preparazioni salate e dolci con risultati senza rivali

Si tratta quindi di un ingrediente che premia salute e gusto. Come si declinerebbe un ipotetico menu con le Prugne della California?

Le possibilità di creare abbinamenti con le Prugne della California sono praticamente infinite. Sia nella versione salata che in quella dolce, le Prugne della California danno un tocco delizioso a ogni piatto e sono un'alternativa nutriente agli ingredienti artificiali. Sul sito delle Prugne della California è disponibile una ricca selezione di ricette per creare menu diversi dalla colazione alla cena (**californiaprunes.net/it/ricette**).

Le Prugne della California si possono considerare un ingrediente versatile e duttile per ogni tipo di ricetta?

Le Prugne della California sono un ingrediente premium caratterizzato da grande flessibilità di utilizzo e versatilità in cucina. Per comunicare al meglio queste caratteristiche, il California Prune Board ha avviato una comunicazione strategica tramite storytelling visivo con foto e video-ricette realizzate da brand ambassador quali chef e foodblogger in tutto il mondo. Nel corso degli anni gli chef ambassador del California Prune Board, come Peter Sidwell, hanno dimostrato con successo la versatilità e i perfetti risultati delle Prugne della California in abbinamento alle pietanze e alle spezie tipiche di ogni Paese coinvolto.

Il California Prune Board come supporta il trade e i retailer?

Per gli operatori del settore il Board realizza progetti di digital marketing e co-marketing con brand ambassador in Italia e in tutto il mondo. Per i consumatori vengono realizzate campagne di comunicazione, progetti digital e attività di product placement. Inoltre, gli account social di Prugne della California sono un ulteriore volano di visibilità e di comunicazione oltre al sito web. cod 75193

LE RADICI DEL CIBO

DAL GIAPPONE L'ALGA NORI: PIÙ È FRIABILE, PIÙ È DI ALTA QUALITÀ

di ***Piera Genta***

Chiamata anche "lattuga di mare" è un'alga rossa del genere Porphyra proveniente dal'Asia orientale, diffusa principalmente in Giappone, dove viene coltivata a partire dal XVII secolo. È sicuramente l'alga più conosciuta, grazie alla grande popolarità del sushi. Oltre al Giappone, maggior produttore e consumatore, è presente in Cina, in Corea e in Europa, soprattutto lungo le coste della Gran Bretagna, dove è nota come black buttert. In Giappone 370 chilometri quadrati di mare sono adibiti alla sua coltivazione su reti appese alla superficie dell'acqua.

Le piante crescono molto velocemente, in meno di 2 mesi si ha già quindi il primo raccolto. La raccolta e la lavorazione del prodotto vengono eseguite da macchine altamente specializzate in grado di riprodurre in modo accurato i tradizionali passaggi manuali della tradizione. Il termine comprende vari tipi di alghe rosse, al cui interno si riconoscono approssimativamente 70 specie tra le quali i generi più utilizzati sono 7.

Sali minerali, vitamine e iodio

In generale, le alghe del genere Porphyra hanno un elevato contenuto proteico, una equilibrata presenza di vitamine e sali minerali; sono ricche in acidi polinsaturi, in amminoacidi e contengono anche oligoelementi essenziali, tra cui manganese, zinco, rame e selenio. Come tutte le alghe, sono una fonte importante di iodio.

L'alga nori in commercio

L'alga nori viene commercializzata in foglietti quadrati di colore verdastro ottenuti dalla macinazione ed essiccazione dell'alga. I fogli già tostati e tagliati si chiamano sushi nori o kizami nori. Esistono in commercio anche i fiocchi di nori verde utilizzati come guarnizione di piatti di verdure e di pesce. La nori a foglia rossa, che è molto tenera e delicata, non richiede cottura ed è buona nelle zuppe, nelle insalate ed in piatti conditi con aceto. Le alghe vanno sempre conservate al riparo dall'umidità e dalla luce e dal calore per non far perdere la loro fragranza e freschezza.

In commercio si trovano alghe a tutti i prezzi e di infinite qualità, dalle più economiche e scadenti alle selezioni profumate e croccanti provenienti da mari incontaminati. Nell'acquistarla occorre fare attenzione che se è fresca è di un bel verde brillante, lucente e vista in controluce semitrasparente e di grana uniforme; se è vecchia tende al giallo, e se di buona qualità e freschissima dovrà spezzarsi; non deve essere gommosa; se assaggiata si deve frantumare, più è friabile e più il suo grado di qualità sarà maggiore ed inoltre si dovrà percepire il sapore umami, terroso e di mare allo stesso tempo.

L'alga è adatta per la preparazione dei maki,chiamati anche sushi rolls,e delle sue varianti. È un aromatizzante nella preparazione di pasta e zuppe, a volte viene consumata anche come snack. cod 75164

SENNA TOP
IDEALE PER FRIGGERE ANCHE SENZA OLIO DI PALMA

Per una frittura a regola d'arte la scelta dell'olio da utilizzare è fondamentale. Quando si parla di oli di girasole alto oleici, è bene ricordare che non tutti gli oli sono uguali e non tutti garantiscono una performance di frittura di alto livello. Uno dei fattori determinanti nella qualità degli oli di girasole alto oleici è il processo di winterizzazione per eliminare cere e fonti di impurità. Migliore è la winterizzazione, più nobile è il prodotto finale, poiché una minore presenza di cere all'interno dell'olio di girasole garantisce un'inferiore creazione di schiuma e di residuo in friggitrice durante la lavorazione e un sapore più armonico al palato.

I PLUS DI SENNA TOP

- Alto oleico, dagli oli di girasole più pregiati
- Senza additivi
- Odore e sapore assolutamente neutri
- Alta stabilità al calore
- Struttura ottimizzata per una migliore performance

Senna Top è un prodotto premium per frittura, ideale per ogni impiego in cucina e pensato anche nella versione senza olio di palma: Senna Top Zero Palm. Da sempre Senna - azienda austriaca specializzata nella produzione e commercializzazione di margarine, grassi alimentari e speciali, salse e condimenti - è impegnata a garantire ai professionisti del settore referenze altamente performanti e innovative, frutto di anni di ricerche sulle migliori materie prime. Senna Top e Senna Top Zero Palm sono miscele altamente tecnologiche che, da oltre 30 anni, vengono perfezionate e innovate per raggiungere prestazioni e funzionalità uniche.

Quattro buoni motivi per scegliere Senna Top e Senna Top Zero Palm:

1. La particolare lavorazione e la composizione di Senna Top e Senna Top Zero Palm evitano l'inglobamento di aria durante il trasporto, mantenendo il livello di perossidi al minimo così da evitare l'ossidazione del prodotto.

2. Le molecole dell'olio vengono ingrandite, con il conseguente vantaggio di un minor assorbimento nel prodotto rispetto al comune olio di girasole alto oleico, caratterizzato da molecole più piccole.

3. In termini di consumi, tutto questo si traduce in un risparmio per il professionista poiché meno prodotto assorbito significa più prodotto in friggitrice.

4. La miscela è stabilizzata e non ossidata, il che garantisce una durata maggiore, con un olio più neutro e privo di retrogusti. cod 70042

I PLUS DI SENNA TOP ZERO PALM

- 100% senza olio di palma
- Alto oleico, dagli oli di girasole più pregiati
- Senza additivi
- Odore e sapore assolutamente neutri
- Alta stabilità al calore

Senna
via Macanno 32 - 47923 Rimini
Tel 0541 394966
www.sennaitalia.it

The Whynery Journal insieme a Italia a Tavola va alla ricerca delle Maestrie italiane del food & beverage, interagendo con trasformatori, produttori o tecnici del settore, accostandoli e miscelandoli con arte, architettura, cinematografia, teatro, fotografia, pittura e molto altro.

I MAESTRI RACCONTANO...

IL VADEMECUM DEL RICERCATORE DI ECCELLENZE

di ***Fabio Di Pietro***

Sviluppando l'argomento delle Maestrie e dei talenti italiani, in questa rubrica condivisa fra The Whynery Journal ed Italia a Tavola, possiamo essere ancora più incisivi insieme e creare un vero e proprio meccanismo a sostegno dei territori italiani. In che modo? Imparare a scovare le Maestrie e i talenti produttivi locali è un metodo per conoscere da vicino una determinata zona e supportare i suoi artigiani. Abbiamo parlato molto di quello che è il concetto delle Maestrie italiane, le abbiamo vissute, le abbiamo confrontate e abbiamo imparato che dietro ad un buon prodotto si nascondono molto più che dei meri ragionamenti commerciali: insomma, abbiamo capito che belle persone fanno belle cose!

Ma ci siamo mai chiesti come riuscire a scovare un vero Maestro? A questo proposito ho stilato un vademecum che, con il team di Whynery, abbiamo seguito per ben identificare i nostri interlocutori e valutare se ci troviamo di fronte a veri Maestri.

1. Il Maestro non è quasi mai convinto di esserlo: non cercare i "soliti nomi"

Il suo ruolo è quello di "custode" di un'arte o di un territorio che, senza il suo lavoro giornaliero, rischia di essere dimenticato o non tramandato. È più impegnato a dimostrare amore per la sua quotidianità piuttosto che a ricercare titoli o premi... Concentrati su

quello che il suo prodotto ti dice senza parlare.

2. Il suo legame con il territorio è indissolubile, ma non per questo sminuisce il bello che c'è attorno al suo mondo

La sua vita artigiana è concentrata nel raccontare o interpretare una tecnica, un'usanza, una storia o un prodotto della sua zona; questo lo fa apparire come un vero ambasciatore che, oltre ad amare quello che lui stesso fa, apprezza le vere eccellenze di altri Maestri o di altri territori. È lui stesso in primis un ricercatore di cose belle e buone.

3. Il Maestro educa e trasmette

Ancor prima che custode, è promotore di un messaggio artistico o culturale che necessita di essere tramandato. Oggi lo chiameremo "mentoring", da sempre lo si intende invece come insegnare un mestiere alle nuove generazioni. Chi ha il privilegio di vivere professionalmente accanto a questi Maestri possiede un enorme tesoro e una grande responsabilità: quella che porta a replicare l'insegnamento.

4. La sua follia creativa è il motore che lo spinge a non esaurire la sua vena produttiva

Lo abbiamo notato più volte: spesso dietro ad un grande prodotto si nasconde l'estremo "strappo" al "così fan tutti" e al risultato consueto. Tecniche di produzione bizzarre, abbinamenti mai visti, target mai considerati o strumenti mai utilizzati prima sono solo alcuni degli esempi che in fase di scouting abbiamo affrontato con i produttori. Ma, d'altronde, quale sarebbe la vera scoperta altrimenti?

5. La concorrenza per lui non esiste: il confronto è solo una bellissima occasione di brainstorming!

La sua attività produttiva, oltre che essere affascinante, è trasversale: si incastra benissimo con qualsivoglia altro Maestro o categoria merceologica per la creazione di altri prodotti o idee, facendo diventare un semplice scambio di vedute un vero e proprio campo per sperimentare e spingere la propria asticella e le proprie capacità ancora un passo "oltre". Va da sé che il Maestro sarà sempre in continua evoluzione!

Queste sono alcune delle caratteristiche affrontate dal team Whynery per la selezione dei prodotti di Maestria: certo, è indispensabile anche che l'intero sistema prenda consapevolezza di quanto questi valori siano da preservare e da considerare. Purtroppo oggi, con la digitalizzazione dello scouting e del commercio, abbiamo appiattito troppo la filiera che tutela anche gli interpreti dei produttori, ovvero i ristoratori: il compito di Whynery è quello invece di utilizzare, oltre ai criteri di selezione, anche dei meccanismi per la costruzione di una filiera etica che possa dimostrare concretamente il sostegno ai Maestri produttivi e ai ristoratori che, insieme, rappresentano gran parte del tessuto di un territorio, che si esprime anche attraverso e grazie a loro. Utilizzare questi canoni non è solo un modo per identificare le grandi aziende produttive, ma è anche uno strumento per prendere consapevolezza di quanto una zona possa nascondere o esprimere. Viva la ricerca, viva la Maestria!

cod 75691

SE IL CONSUMATORE CAPISSE L'IMPORTANZA DEI POLIFENOLI DELL'OLIO

di ***Fausto Borella***

È un anno importante per la mia "missione dell'olio di qualità". Insieme celebriamo 20 anni. Il 26 marzo del 2001 conobbi Luigi Veronelli, il primo grande giornalista di enogastronomia, che dal dopoguerra fece conoscere i grandi vini e i cibi regionali del nostro incredibile Paese. Prima di morire, mi chiese di seguirlo nell'ultimo viaggio alla scoperta e valorizzazione del prodotto forse più prezioso che noi "italici" avevamo: l'olio extravergine di oliva con le sue 600 cultivar sparse in tutte le 20 regioni.

Fu un viaggio splendido quello vissuto con Veronelli, dove per due anni (poi purtroppo andò a brindare in Paradiso) percorremmo migliaia di chilometri per comprendere come si faceva a produrre un vero grande olio.

Erano tre le caratteristiche che servivano per identificare la fatica di questi 800mila "eroi olivicoltori".

1. Dare il nome all'olio: le monocultivar. Passare da un olio anonimo a uno che riportava in etichetta il suo nome (come Casaliva, Taggiasca, Maurino, Cipressino, Caninese,

Itrana, Coratina, Nocellara e Semidana, solo per citarne alcune), fu una scoperta rivoluzionaria.

2. Denocciolare l'oliva per frangere solo la polpa e sentire i suoi profumi più netti e puliti.

3. Scrivere nella tabella nutrizionale i polifenoli o biofenoli totali per far comprendere che un alto numero di questi antiossidanti diventavano un farmaco naturale e un rimedio per la salute.

Per avere un olio extravergine di eccellenza amaro e piccante, e quindi ricco di antiossidanti, il suo contenuto di polifenoli deve essere di svariate centinaia di milligrammi per kg. Le Dop e Igp regionali richiedono un minimo di 100-150 mg per kg. La media dei polifenoli negli oli è di almeno 400-500 mg per kg, andando a toccare quota 800-900 quando si assaggiamo oli provenienti dalla Coratina pugliese e non solo.

Gli effetti benefici dei polifenoli sul nostro organismo

Ma quali sono i polifenoli più importanti che hanno efficacia sul nostro corpo? Soprattutto l'oleuropeina e l'idrossitirosolo. Elencare tutte le proprietà benefiche che questi fenoli innescano nel nostro organismo è quasi impossibile, però voglio ricordarvi le più importanti. Proteggono il nostro cuore e prevengono le malattie cardiovascolari ed epatiche. Ma non solo; riducono il colesterolo cattivo nel sangue (LDL) e aiutano a contrastare il nemico più temuto dalle donne, il cosiddetto invecchiamento precoce, contrastando infiammazioni e riducendo l'incidenza di alcuni tipi di cancro. Queste sostanze sono in grado di contrastare lo stress ossidativo delle cellule, proteggendole dai danni causati dai radicali liberi e in più contribuiscono a contrastare l'insorgenza di patologie degenerative come l'arteriosclerosi, rallentando i processi d'invecchiamento. La squadra dei polifenoli è accompagnata anche da omega 3 e omega 5, che insieme agli acidi grassi polinsaturi riescono ad avere una composizione simile a quella del latte materno.

In questi venti anni ci siamo prodigati per far conoscere un grande prodotto, che non solo piace all'olfatto e al gusto, ma fa davvero bene a grandi e bambini. Se capiremo questa necessità e questa esigenza di avere in casa più oli per proteggere la nostra salute, allora avremo vinto tutti insieme. cod 75444

GLI OLI EVO DEL BARESE, AUTOCTONI E PROTAGONISTI IN TAVOLA

di *Fulvio Raimondi*

In quel tratto di Puglia che volge verso sud, dove cinema e televisione attingono a mani basse per la bellezza dei luoghi e l'ospitalità delle persone, esiste un vero e proprio giacimento di olio extravergine d'oliva. Si potrebbe considerare la punta di diamante di tutta la produzione nazionale del prezioso nettare.

Quando si percorrono quei circa 90 km che separano Trani da Monopoli, attraversando quindi tutta la provincia di Bari si capisce quanto il turismo verso la Puglia, in questi ultimi anni, abbia reso possibile qualcosa che fino a un paio di decenni sarebbe stato impensabile. Partiamo dal capoluogo: pensiamo alla fama che precedeva il quartiere di Bari vecchia, guardiamolo adesso e notiamo quanto sia stato tirato a lucido; oppure Trani, con la sua cattedrale di San Nicola Pellegrino in riva al mare; passando per Polignano a Mare con le sue case a stra-

piombo e le sue viste mozzafiato; per arrivare, infine, a Monopoli, con il suo centro storico vestito a festa dentro le mura.

Si capisce quanto quella macchina - che si spera possa rimettersi in moto presto - che è il turismo abbia alimentato e reso unica questa parte di Puglia. Ed in questo comprensorio provinciale, che nell'entroterra si spinge fino al confine con la Basilicata, c'è quella che si può considerare una delle maggiori produzioni, a livello qualitativo, di olio extravergine d'oliva dell'intero Paese.

Pensiamo al paese di Corato, da cui prende il nome una delle cultivar più importanti e prestigiose, la Coratina. E poi perché non considerare la cittadina di Mola di Bari, luogo in cui prospera un'altra famosa cultivar che è la Cima di Mola. Nella provincia poi trovano molto spazio l'Ogliarola barese, la Peranzana ed una cultivar che, pur avendo origini francesi, si è molto bene adattata regalando oli di notevole prestanza e di eccellente qualità: la Picholine. Siamo in presenza di oli extravergini d'oliva il cui fruttato va dal medio-intenso della Peranzana all'intenso marcato di Coratina, Cima di Mola e Picholine.

In diverse zone della provincia esistono vere e proprie miniere di olio extravergine d'oliva. A Monopoli ci sono almeno 3 produttori di eccezionale qualità, altrettanti nella vicina Alberobello, anche se poco fuori dalla provincia di Bari.

Tra i tanti motivi per cui, quando si fa un viaggio in questa zona, si sente una sorta di mal di Puglia al rientro, ci sono anche i sapori che il territorio offre. I piatti semplici che vengono tramandati da una tradizione antica ma solida, come ad esempio Patate, riso e cozze - in quest'ordine, perché l'ingrediente principale sono le patate -, oppure le famose Brasciole che profumano le vie dei borghi la domenica mattina, già dalle prime ore. E come dimenticare le Orecchiette con le cime di rapa, e - perché no? - qualche formaggio fresco come la burrata o la ricotta, così famose ovunque. Sono tutti cibi, questi, che, oltre a creare dipendenza, richiedono un olio extravergine muscoloso. Desiderano oli che amino prendersi il centro della scena. Adorano oli che vogliono recitare un ruolo da protagonisti sulla tavola. E qui in Puglia una sana Coratina, una poderosa Cima di Mola o una prestante Picholine sono in grado di soddisfare questi bisogni.

Insomma, in questa regione che sembra quasi invertire la tendenza migratoria dei decenni passati - numerose sono le famiglie che qui si trasferiscono per una migliore qualità della vita - l'olio extravergine di oliva rappresenta una delle attrazioni principali. Se ne deve parlare. Lo si deve diffondere. Lo si deve assaggiare. Lo si deve comprare e poi raccontare, senza fine. cod 75487

Pensiamo alla Coratina, alla Mola di Bari, alla Peranzana: sapori forti, poderosi, capaci di giocare ruoli centrali nei piatti e lasciare al turista quel mal di Puglia nel cuore e nello stomaco

DALLA VIGNA AL CALICE

CHARDONNAY IL VITIGNO PIÙ DIFFUSO AL MONDO

di ***Luca D'Attoma***

Enologo

Lo Chardonnay è un vitigno che non tradisce mai. Si adatta a diversi tipi di terreno e climi ed è una varietà particolarmente costante sia nelle rese che nella qualità. Ed è proprio questa sua grande capacità di adattamento che lo ha reso il vitigno più diffuso nel mondo: dal Cile alla Nuova Zelanda, dagli Usa all'Europa, lo Chardonnay si coltiva con successo praticamente ovunque (si stimano oltre 160 milioni di ettari), regalando un'incredibile varietà di componenti aromatiche e di sapori nel bicchiere che sono espressione dei diversi terroir.

Originario della Borgogna, da dove provengono gli Chardonnay più pregiati e famosi, in Italia è stato a lungo confuso con il Pinot Bianco, e solo dal 1978 è iscritto al "Registro nazionale delle varietà di vite". Il primo ad ottenere la Doc è stato l'Alto Adige Chardonnay nel 1984; da allora si è gradualmente diffuso su gran parte del territorio nazionale. Oggi si producono ottimi vini a base di Chardonnay in tutto il Nord Italia, soprattutto in Trentino-Alto Adige, Friuli-Venezia Giulia, Lombardia, Veneto, Valle d'Aosta e Piemonte. Ma anche nel centro-sud ci sono alcune espressioni particolarmente interessanti: penso, per esempio, alla Sicilia che, negli anni '90, grazie alla lungimiranza dell'azienda Planeta, ha lanciato nel mondo Chardonnay siciliani di grande pregio favorendo la diffusione del vitigno in tutta l'isola.

Italia 4ª al mondo per superficie coltivata a Chardonnay

In Italia sono circa 20mila gli ettari coltivati a Chardonnay, una superficie di poco inferiore a quella occupata da un altro vitigno internazionale molto diffuso nel nostro Paese, il Merlot, che copre circa 24mila ettari. Con questi numeri, l'Italia risulta essere quar-

ta al mondo, subito dopo l'Australia (21mila ettari), gli Usa (43mila ettari) e la Francia che, con 50mila ettari, guida la classifica (dati: rapporto Oiv 2017).

Un vitigno estremamente versatile

Lo Chardonnay è un vitigno precoce che può soffrire le gelate primaverili. Inoltre, la compattezza dei suoi grappoli, nelle annate più umide, lo rende soggetto agli attacchi della muffa grigia. È un'uva che si presta bene anche alla raccolta meccanica, oltre che manuale, con dei risultati più che soddisfacenti. L'estrema versatilità dello Chardonnay risiede nelle sue svariate possibilità d'impiego: è, infatti, alla base dei più grandi Champagne e dei migliori spumanti al mondo, compresi gli italiani Trentodoc, Franciacorta Docg e Alta Langa Docg, ma anche di ottimi vini fermi che, se vinificati correttamente e con la giusta acidità, si prestano ad affinamenti in bottiglia decennali.

Il tratto caratteristico degli spumanti a base di Chardonnay è un'acidità elevata e quel profumo di mela non matura che spesso prevale. Nei vini fermi, invece, dove l'acidità è comunque importante, lo spettro dei profumi e dei sapori è ancora più ampio e spazia dai sentori di fiori bianchi alla frutta matura, come la mela gialla, fino alla frutta esotica (soprattutto negli Chardonnay coltivati nelle aree più calde) a cui si possono aggiungere sentori di crosta di pane, pasticceria e brioche alla crema, nel caso di affinamento in legno.

Valle dei Laghi, zona molto vocata tra Trento e il Garda

La lista dei grandi vini italiani a base di Chardonnay è lunga e attraversa tutto lo Stivale. Uno dei terroir dove questo vitigno si esprime al meglio è, senza dubbio, il Trentino-Alto Adige. In particolare, tra Trento e il Lago di Garda c'è una zona molto vocata: è la Valle dei Laghi, situata ai piedi delle Dolomiti, che grazie ai suoi terreni alluvionali e alle forti escursioni termiche consente di ottenere Chardonnay di grande qualità. A rendere fresco e ventilato il microclima è il soffio incessante e leggero dell'Ora del Garda, la brezza più famosa dell'alto Garda che spira da sud prima del tramonto contribuendo ad una perfetta maturazione dell'uva.

Un esempio di Chardonnay in purezza che esprime tutte le peculiarità di questo terroir è il Foll Chardonnay Trentino Doc Bio di Cantina Toblino. Un vino intensamente profumato, fragrante e fruttato con ricordi di mela golden matura, fiori bianchi e con una leggera nota minerale (sulfurea). Un vino di struttura, rotondo, ricco, che sviluppa sentori delicati di agrumi e pasticceria. Tutto questo amplificato da un affinamento sui lieviti fini in acciaio e in barili di rovere.

Chardonnay in Val d'Aosta, viticoltura "estrema"

Un altro Chardonnay di montagna che ha delle peculiarità straordinarie è quello della valdostana Rosset Terroir che è riuscita a praticare la viticoltura in un territorio estremo. Ci troviamo, infatti, alle pendici delle Alpi, e qui la vite si coltiva nei terreni di origine glaciale, poveri di argilla, che beneficiano delle correnti fredde notturne provenienti dalla catena del Monte Bianco. Quella di Rosset Terroir è una produzione di grande qualità di cui fa parte lo Chardonnay 770, un vino con una spiccata sapidità e verticalità.

Lo Chardonnay è uno di quei vitigni che, anche quando le produzioni raggiungono numeri consistenti, permette di ottenere vini gradevoli. Se invece si sceglie di mantenere basse le rese, allora è possibile ottenere vini di grandissima caratura. Spesso si tratta di bianchi capaci di invecchiare bene, proprio come i migliori rossi, acquisendo nel tempo complessità, rotondità e morbidezza. Insomma degli autentici tesori da custodire gelosamente in cantina. cod 75740

DALL'ALTO ADIGE
ALLA SICILIA
CHARDONNAY
PROTAGONISTA IN ITALIA

di ***Piera Genta***

Di per sé lo Chardonnay è un vitigno "neutro", con buona acidità e una nota profumata di mela e frutta esotica, ma sono il terroir dove viene impiantato e il tipo di invecchiamento in botte che ne fanno un vino prestigioso. Ha un'incredibile varietà di componenti aromatiche, che emergono in modi diversi a seconda dei terreni e dei climi dove viene coltivato. In un territorio caldo acquista un colore oro e sviluppa aromi di caramello e frutta tropicale. Se invece proviene da una regione fresca, il colore è verde scintillante e più chiaro. Nel gusto si sente la mela e la vivace acidità.

Le sue origini sono incerte, ma l'area storica di coltivazione si trova in Francia. Ricerche genetiche hanno dimostrato che è il risultato di un incrocio spontaneo tra Pinot Nero e Gouais Blanc, un vitigno di origine slava di grande vigoria. Probabilmente a causa di errori di vivaisti, per molti anni è stato confuso con il Pinot Bianco e solo nel 1903, per la prima volta, viene separato da questo vitigno nell'*Ampélographie: Traité général de viticulture* di Pierre Viala e Victor Vermorel. A partire dal 1978 viene considerato un vitigno a sé, mentre fino agli anni '80 circolò sul mercato un vino chiamato Pinot Chardonnay.

Con una superficie totale di 160mila ettari si trova quasi in tutto il mondo: negli Usa 44.500 ettari soprattutto in California e poche migliaia di ettari nell'Oregon e nello stato di Washington; in Francia 35.200 ettari suddivisi tra Bourgogne, Jura, Champagne, Loire Valley, Midi, Charentes; in Australia circa 22.500; in Italia 20mila; in Moldavia 6mila; in Sudafrica e Cile quasi 8mila; in Argentina 5mila. A seguire Slovenia, Nuova Zelanda, Spagna, Bulgaria, Romania, Israele, Portogallo, Ungheria, Grecia, Cina, Uruguay, Brasile, Canada, Austria, Belgio, Cipro, Malta, Marocco, Crimea, Germania, Repubblica Ceca, Lussemburgo, Regno Unito, Svizzera, India, Giappone, Messico.

L'inizio della coltivazione in Italia nell'800

L'Italia, soprattutto nella fascia subalpina, vanta una lunga tradizione nella coltivazione di questo vitigno. In Piemonte lo troviamo in diverse collezioni ampelografiche già nel XVIII secolo, ma il suo arrivo lo si deve al marchese Filippo Antonio Asinari di San Marzano, diplomatico al servizio dei Savoia e di Napoleone. Al suo rientro dalla Francia, il marchese Asinari portò con sé alcune barbatelle di Chardonnay provenienti da Montrachet, che furono messe a dimora a Costigliole (At). I viticoltori piemontesi non avevano molta simpatia per i vitigni stranieri, perché li credevano ingiustamente essere portatori di malattie. Nel 1979 il primo vigneto di Chardonnay fu piantato a Treiso (Cn) da Angelo Gaja (il vino "Gaja & Rey" è dedicato alla figlia primogenita di Angelo e alla nonna Clotilde Rey). Dieci anni dopo fu piantato un nuovo vigneto a Serralunga (Cn). È stato il primo bianco italiano maturato in barrique e lo possiamo considerare un bianco con la struttura di un rosso.

> **Lo Chardonnay si trova praticamente in tutte le regioni d'Italia. Le denominazioni di origine che permettono l'utilizzo di questo vitigno sono circa una sessantina, di cui quattro Docg (Alta Langa, Franciacorta, Oltrepò Pavese e Rosazzo). Viene impiegato sia come monovitigno sia in uvaggio**

La diffusione in tutta la Penisola

Lo Chardonnay si trova praticamente in tutte le regioni d'Italia, con alcune zone di elezione, da solo o accompagnato da altre uve in blend. La Cantina Grosjean in Valle d'Aosta, ad esempio, ne produce due versioni di cui uno con un passaggio di 12 mesi in barrique. Altra azienda valdostana è Les Crêtes di Aymavilles, di proprietà della famiglia Charrère, che produce la Cuvée Bois, un vino ai vertici della qualità nazionale e internazionale nato dall'incontro e dalla condivisione della potatura a gobelet e dell'élevage del vino di Costantino Charrère con il Conte Gagnard de la Grange, viticoltore di Puligny Montrachet.

In Alto Adige la Colterenzio di Cornaiano è stata una delle primissime cantine a credere fortemente nel potenziale del vitigno. Nel 1983 lo ha commercializzato come vino da tavola, negli anni successivi mise sul mercato diversi Chardonnay affermandosi come "la cantina dello Chardonnay altoatesino" per eccellenza. È stata la cantina di San Michele Appiano nel 1982 a vinificarlo per la prima volta in purezza. La Cantina Tramin ha lanciato con la vendemmia 2015 "Troy", uno Chardonnay di alta montagna coltivato in due vigneti

ad un'altitudine di 500 metri sul livello del mare. Lo Chardonnay di Tenuta Schweitzer è coltivato nella zona di Merano in un vigneto caratterizzato da esposizioni solari e termiche differenti.

Nel cuore del Friuli Colli Orientali il Castello di Buttrio, la maison di Alessandra Felluga, ha in produzione con la vendemmia 2019 una novità, un blend di Chardonnay e altri vitigni, la riserva Uve Carate (il nome ricorda l'unità di misura dei diamanti), in vendita dal prossimo 2022. Un nettare prezioso perché si scelgono le partite migliori dell'annata. In provincia di Treviso la Tenuta Setten produce uno Chardonnay dedicato alla villa Aganoor dove visse Vittoria Aganoor, poetessa e scrittrice di origine armena. Cantina Tollo, società cooperativa agricola sulle colline abruzzesi, produce lo Chardonnay Cretico invecchiato in barrique.

Oggi lo Chardonnay è coltivato in tutte le regioni; come al solito per i vini bianchi, sono Friuli e Alto Adige le zone predilette che danno più soddisfazione. Le denominazioni di origine che permettono l'utilizzo dello Chardonnay sono circa una sessantina, di cui quattro Docg (Alta Langa, Franciacorta, Oltrepò Pavese e Rosazzo) e trova spazio sia come monovitigno sia in uvaggio.

Trentodoc

Prima denominazione italiana dedicata esclusivamente al metodo Classico. Fu Giulio Ferrari che credette per primo nello Chardonnay, promuovendone l'introduzione dalla Borgogna e dalla Champagne nel 1902. Nel 1993 il metodo Classico trentino ottiene il riconoscimento della Doc e nel 2007 nasce ufficialmente il marchio collettivo territoriale Trentodoc. È un territorio montano caratterizzato da un clima alpino, con un bacino idrico importante quale il lago di Garda. Circa il 50% della superficie trentina è vitata, e la produzione di spumante ha qui un ruolo prevalente, con circa 800 ettari complessivi occupati dalla Trento Doc.

Francia

In Francia si ricavano diverse espressioni dallo Chardonnay, alcune delle quali ormai entrate nella mitologia enologica. Il più conosciuto è lo Champagne, dove lo Chardonnay diventa protagonista sia nei blanc de blancs, sia in uvaggio con il Pinot Noir. Domaine Christophe, nella zona fredda di Chablis nell'alta Borgogna, coltiva in totale quasi 30 ettari, con una certificazione francese improntata sul rispetto dell'equilibrio naturale e della biodiversità. Di recente è importato anche in Italia.

In Côte de Beaune 3 comuni rappresentano il vero riferimento mondiale per lo Chardonnay: Mersault, Puligny-Montrachet e Chassagne-Montrachet. Formano il "Triangolo d'oro" dello Chardonnay perché i tre villaggi rappresentano tre stili diversi di un unico vitigno; considerati i vini bianchi migliori al mondo, arrivano alla piena maturità di solito verso i 10 anni con vinificazioni e affinamenti in legno. Mersault è la zona in assoluto con più ettari vitati a Chardonnay. Qui lo stile si esprime in "burroso". Puligny-Montrachet assieme a Chassagne-Montrachet sono il territorio dei più celebrati grand crus della Borgogna in bianco, tra cui spiccano Le Montrachet Aoc e Bâtard-Montrachet Aoc. Più a sud fino a Maconnais, dove i vini sono pensati per essere consumati in gioventù.

Un altro stile di Chardonnay popolare in Borgogna è spumantizzato nella versione Crémant. Il Crémant de Bourgogne è un vino spumante meto-

do Classico a base Chardonnay e Pinot Noir ma viene prodotto spesso anche come blanc de blancs. Le uve provengono generalmente dai vigneti più freddi.

Resto del mondo

Fuori dall'Europa, lo Chardonnay trova ampia diffusione nel nord della California, in Sonoma e Napa Valley, dove il gusto si arricchisce fortemente di sentori vanigliati e burrosi, frutto di passaggi in barrique nuove. E ancora nell'Australia del sud, in Nuova Zelanda e Sudafrica, Cina e Giappone. Nei climi più freschi, tipo Auckland in Nuova Zelanda o la Hunter e la Clare Valley, lo Chardonnay riesce a sviluppare tutta la sua carica agrumata e tropicale e una freschezza inaudita. Perfino in Tasmania troviamo lo Chardonnay, dov'è vinificato come base di spumanti in continua crescita qualitativa. In Austria con lo Chardonnay si producono grandi vini dolci chiamati Trockenbeerenauslese.

Alcune curiosità sullo Chardonnay

Cervaro della Sala di Antinori è un vino iconico. È stato, infatti, uno dei primi bianchi italiani ad essere fermentato e affinato in barrique. Renzo Cotarella nel lontano 1985 produce la prima annata di questo grandissimo vino con uve Chardonnay, con l'idea di produrre un vino bianco che fosse adatto al lungo invecchiamento, fermentato e affinato in barrique.

Lo Chardonnay possiede una grande duttilità tecnica. Un'uva dalla quale si possono ottenere tutte le tipologie di vini, dallo spumante al vino fermo al passito, e che si presta quindi a tutte le vinificazioni, per vini adatti dall'aperitivo al dolce. Tra i passiti possiamo citare: Chardonnay Passito della Cantina Pardellerhof in Trentino; Alto Adiger Chardonnay Passito "Aurum" Doc del Maso Happacherhof; Sole d'autunno del Maso Martis; Sebino Chardonnay Passito Brolo dei Passoni dell'azienda Ricci Curbastro in Franciacorta; Passito Alto Mincio Igp Dolce Volpe dell'azienda Bertagna in provincia di Mantova.

24 marzo 1976, una data ricordata come "The Judgment of Paris", una degustazione alla cieca organizzata da Steven Spurrier, sommelier britannico con un'enoteca a Parigi, nella quale gli Chardonnay di Borgogna vennero battuti da un californiano, Château Montelena 1973 di Calistoga, a nord di San Francisco. George M. Tabor, giornalista della rivista Time, unico giornalista presente alla degustazione, ne ha scritto un libro; Randall Miller, regista americano, ne ha fatto un film, "Bottle Shock", distribuito in Italia con il titolo di "Napa Valley, la grande annata" e Luca Balbiano ne ha parlato in un episodio del suo Winewave su Facebook.

Al concorso Chardonnay du Monde premiati due vini italiani

Lo scorso marzo si è conclusa la 28ª edizione di Chardonnay du Monde presso Château des Ravatys, tenuta vinicola dell'Istituto Pasteur a Saint Lager in Borgogna. La competizione organizzata dall'associazione Forum Oenologie premia i migliori vini a base Chardonnay di tutto il mondo. Quest'anno erano in gara 604 campioni provenienti da 36 Paesi. Tra le 194 medaglie assegnate, ci sono anche due etichette italiane premiate con la medaglia d'argento e precisamente il Cusora Chardonnay Sicilia Doc di Caruso & Minini e lo Chardonnay Lazio Igt di Casale del Giglio. La Francia ha conquistato invece 30 medaglie d'oro. cod 75741

Il vitigno Chardonnay oggi viene coltivato su 45 ettari ed è la varietà di vino bianco più importante della cantina altoatesina, che lo produce con due etichette: Altkirch della linea classica e Lafóa

CHARDONNAY COLTERENZIO

STORIA DI SUCCESSO IN CONTINUA EVOLUZIONE

Il vitigno Chardonnay per Colterenzio ha un ruolo speciale. Fin dai primi anni '80 l'azienda riconobbe il suo grande potenziale, piantando tanto Chardonnay in molti vigneti vocati e diventando uno dei pionieri e promotori di questo vitigno in Alto Adige. Oggi viene coltivato su 45 ettari ed è la varietà di vino bianco più importante della cantina. Negli ultimi decenni, grazie ai suoi Chardonnay, Colterenzio è stata premiata numerose volte da diverse guide, affermandosi così come la "Cantina dello Chardonnay altoatesino" per eccellenza. Oggi Colterenzio con questa varietà produce due vini: lo Chardonnay Altkirch della linea classica e lo Chardonnay Lafóa.

Lo Chardonnay Altkirch è un vino apprezzato da molti amanti del vino e viene regolarmente premiato dalle guide vinicole per l'ottimo rapporto qualità/prezzo. È un vino fresco, armonico, elegante e adatto a tutte le occasioni. Suo "fratello", lo Chardonnay Lafóa, appartiene alla più prestigiosa linea di Colterenzio. Nello storico vigneto Lafóa, negli anni '80, Colterenzio iniziò il suo progetto di qualità: furono piantati nuovi vitigni e introdotti nuovi standard qualitativi per ottenere la massima qualità, senza compromessi.

Oggi, solo i migliori vini di Colterenzio portano il nome "Lafóa". Dall'annata 2015 anche lo Chardonnay ha raggiunto questo livello qualitativo. Grazie alle rese basse e al lungo tempo di maturazione in barrique, questo Chardonnay è un vino strutturato ma allo stesso tempo elegante. Al naso è fruttato con una lieve nota di vaniglia, che nel suo insieme rende il vino molto armonico. Da non dimenticare anche il suo lungo potenziale d'invecchiamento.

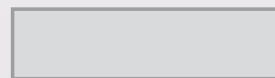
L'azienda Colterenzio è stata fondata nel 1960, in un territorio vocato, dall'unione di 26 viticoltori con un obiettivo ben preciso: produrre vini di altissima qualità, senza compromessi. Il nome dell'azienda deriva dal piccolo borgo Colterenzio situato nel comune di Appiano, a circa 15 km a sud di Bolzano. Oggi Colterenzio rappresenta ben 300 famiglie unite dalla passione e dall'impegno di salvaguardare e preservare il territorio e di coglierne i frutti che riesce a dare anno dopo anno.

cod 75188

Cantina Colterenzio
Strada del Vino 8 - 39057 Cornaiano - Appiano (Bz) - Tel 0471 664246
www.colterenzio.it

I VANTAGGI

IL LAVAGGIO

Off

PRODOTTO PULITO E SICURO

LAVAGGIO SENZA DETERSIVI

CHICCHI IDRATATI, PIÙ MORBIDI E FACILI DA MACINARE

LAVAGGIO AD IMMERSIONE

CENTRIFUGA

SCARICO CON DEPURAZIONE DELLE ACQUE

FARINE SUPERIORI, FARINE DA GRANO LAVATO

Lasciati **TRAVOLGERE**!

Scoprilo su www.dallagiovanna.it/grano-lavato

CHARDONNAY SANCT VALENTIN EQUILIBRIO PERFETTO, GRANDE ELEGANZA

Lo Chardonnay è un vitigno "di casa" in tutto il mondo. Ma nelle vigne migliori della Cantina San Michele Appiano si producono uve così straordinarie da dar vita ad un vino pregiato, di grande forza eppure elegante. Dal 1986 questo Chardonnay appartiene alla linea di punta Sanct Valentin e rappresenta uno dei vini più importanti della cantina. Equilibrio perfetto, acidità giustamente amalgamata ed eccellente potenziale d'invecchiamento (oltre 10 anni). Si abbina assai bene con piatti importanti come il fritto misto di pesce, i ravioli ai funghi porcini, il risotto al Graukäse (formaggio tipico), ma è perfetto anche con il pollo al forno o la cotoletta alla milanese.

«Per decenni le esigue quantità di Chardonnay in Alto Adige sono state vinificate assieme al Pinot Bianco», spiega il winemaker **Hans Terzer**. «Nei primi anni '80 la Cantina San Michele Appiano è stata una delle prime a cominciare a vinificare questa varietà separatamente. È riscontrabile come questo vitigno dia ottime qualità, pertanto la superficie dei vigneti ad esso dedicati è aumentata anno dopo anno. Dato che questo vitigno ha sempre più successo, oggigiorno è uno dei più importanti dell'Alto Adige. Dà poca resa, ma qualità eccellenti. È un vitigno che si presta soprattutto per la lavorazione e l'affinamento in piccolo legno».

«Per lo Chardonnay Sanct Valentin - prosegue Terzer - vengono utilizzate solo uve di vigneti storici, selezionati negli ultimi decenni. Questi vigneti si trovano su terreni calcarei e/o morenici, ad un'altitudine da 450 a 600 metri, con delle rese massime intorno ai 45 ettolitri per ettaro. Le uve raccolte a mano, dopo una breve macerazione, vengono pressate sofficemente e i mosti passano in barrique/tonneau, dove si effettua la fermentazione alcolica, seguita in gran parte da quella malolattica. Fino ad agosto viene eseguito il bâtonnage, per favorire l'autolisi dei lieviti. A settembre è il momento di assemblare le diverse partite, le quali effettueranno un ulteriore affinamento di circa 8 mesi in acciaio prima di essere imbottigliate». cod 75343

Cantina San Michele Appiano
via Circonvallazione 17-19 - 39057
Appiano sulla Strada del Vino (Bz)
Tel 0471 664466 - **www.stmichael.it**

TROY DI CANTINA TRAMIN
LO CHARDONNAY DALL'IMPRONTA ALPINA

Troy, l'ultimo nato di Cantina Tramin, è un vino che si confronta con i grandi Chardonnay del mondo. Nell'antica lingua locale "troy" significa "sentiero". Il nome evoca il percorso compiuto con impegno e dedizione da Cantina Tramin per creare un'interpretazione del grande vitigno internazionale capace di raccontare la propria personalità nonché il carattere dell'area alpina. «Nel nostro territorio - afferma **Willi Stürz**, enologo di Cantina Tramin - per molti anni lo Chardonnay coltivato a quote elevate non veniva apprezzato per la sua struttura esile. Con il passare del tempo abbiamo capito come le piante potevano trovare il proprio equilibrio e avere basse rese in modo naturale, con un minimo intervento di regolazione delle quantità. In questo modo abbiamo raggiunto i risultati odierni di cui siamo molto soddisfatti».

I vigneti con pendenze che vanno anche oltre il 30% si collocano tra i 500 e i 550 metri d'altezza, in una posizione più avanzata rispetto a quelli di Gewürztraminer da cui nasce Epokale, il primo vino bianco italiano premiato con 100 punti (su 100) dalla guida Robert Parker Wine Advocate. L'esposizione è a sud-est e gode di giornate calde e soleggiate, con forti escursioni termiche notturne e la presenza di correnti fredde provenienti dalle montagne. La fermentazione avviene in barrique, dove il vino sosta per 11 mesi sui lieviti, compiendo anche la fermentazione malolattica. In seguito, Troy viene travasato in acciaio per un'ulteriore maturazione sui lieviti di 22 mesi.

Ne risulta un vino dal colore dorato, la cui intensità e ampiezza di profumi svelano immediatamente l'origine montana. Al naso affascina per i delicati sentori floreali, agrumati e di frutti tropicali. In bocca domina la freschezza e una piacevole nota salina, con un finale lungo sui toni minerali e sensazioni retro-olfattive tropicali e di nocciola tostata.

Fondata nel 1898, Cantina Tramin è tra le aziende vitivinicole più premiate in Italia. A partire dal lavoro di piccoli proprietari coltivatori nascono vini apprezzati in tutto il mondo per l'inconfondibile profilo aromatico e l'autentico caleidoscopio olfattivo. cod 75347

Cantina Tramin
Strada del Vino 144 - 39040 Termeno (Bz) - Tel 0471 096633
www.cantinatramin.it

TENUTA SETTEN

VINI DI QUALITÀ NEL RISPETTO DELL'AMBIENTE

L'azienda Tenuta Setten, nella piccola frazione di Basalghelle di Mansuè (Tv), nasce nella pianura veneta a pochi chilometri da Venezia e dalle Dolomiti. A metà del 1700 un ramo dei Setten si stabilisce a Mansuè. Nel 1960 Davide Alcide Setten, ereditando dal nonno paterno la passione per la viticoltura, estende i possedimenti della famiglia e il numero dei vigneti. Negli anni '70, acquista a Basalghelle, dalla famiglia Parpinelli, la villa settecentesca con annesse dipendenze e terreni. Le uve vengono utilizzate per la produzione di vini di alta qualità con marchio "Tenuta Setten" e "Villa Aganoor".

Dai vitigni internazionali a quelli autoctoni, l'azienda veneta produce un'ampia gamma di etichette, dai rossi ai bianchi alle bollicine. Attivo il nuovo e-shop dove poter acquistare le migliori proposte della cantina

Equamente divise fra bacca bianca e rossa, le varietà presenti sono quelle che più rappresentano il territorio, come Glera, Pinot grigio, Pinot nero, Chardonnay, Sauvignon, Merlot, Cabernet Sauvignon, Cabernet Franc e Raboso. Salvaguardia dell'ambiente, rispetto e tutela dei vigneti, tesoro e patrimonio dell'azienda, sono valori imprescindibili.

Inoltre Tenuta Setten ha attivato un e-shop (**setten.it/prodotti**) dove sono disponibili le migliori proposte della cantina: il Prosecco Doc Extra Dry, il Prosecco Doc Brut, il Pinot Grigio Doc, lo Chardonnay Igt, il Cabernet Sauvignon Doc, il "Moresco" Raboso Igt. cod 75531

IGT VENETO

CHARDONNAY TENUTA SETTEN

Alla vista giallo paglierino con note dorate, bouquet intenso, ampio ed avvolgente. Suggestioni sapide agrumate, fiori bianchi, gelsomino e sambuco poi pesca a pasta bianca, frutti tropicali, ananas, papaya e banana con richiami di menta. Fresco, profumato e minerale.
Al palato denota grande eleganza e persistenza; attacco morbido con note di pera e accenni balsamici. Secco e di buon corpo lascia il palato asciutto e pieno di gradevoli sensazioni.
Un vino battagliero e strutturato da abbinare non solo al pesce, ma a primi piatti con verdure, alle zuppe di crostacei, ai fritti e alle carni bianche.

Tenuta Setten
via Baite 2 - 31040 Basalghelle di Mansuè (Tv) - Tel 0422 755288
www.setten.it

TSCHAUPP DI TENUTA SCHWEITZER ALTOATESINO ELEGANTE E LONGEVO

Il vigneto di Tenuta Schweitzer è situato a Tirolo, nei pressi di Merano, sotto il Castel Tirolo, ad una altitudine di circa 450 metri sul livello del mare. L'unico vitigno presente nel vigneto è lo Chardonnay. Il suo nome, "Tschaupp" (tradotto dal tedesco medievale "guarda"), descrive la sua posizione privilegiata, con una vista d'angolo spettacolare su tre versanti del Burgraviato: verso sud sulla Val d'Adige, verso sud-ovest sulla città di Merano e verso nord-ovest sulla Val Venosta. Sono proprio queste tre posizioni del vigneto che gli conferiscono la sua particolarità: ogni orientamento è caratterizzato da esposizioni solari, nonché termiche, differenti. La vendemmia delle tre diverse zone avviene tra inizio e fine settembre in momenti diversi, proprio per dare risalto alla particolarità geografica del vigneto.

Queste caratteristiche conferiscono al vitigno Tschaupp peculiarità che si ritrovano anche nel bicchiere: lo Chardonnay di Tenuta Schweitzer si presenta con un bel colore giallo brillante; al naso è delicato e fruttato con note esotiche di banana matura e delicati aromi floreali. In bocca è elegante e fine, regala un'interessante persistenza. Tschaupp è un vino ideale da bere fresco come aperitivo, o in abbinamento a primi piatti a base di verdure, secondi di pesce o con il sushi.

Durante il processo di vinificazione, le uve vengono pressate in maniera soffice e il mosto subisce la chiarifica statica. Successivamente viene fermentato in parte in serbatoi d'acciaio ad una temperatura controllata di 18°C e in parte, per il 30% circa, in botti di acacia, favorendo sempre una fermentazione lenta e controllata.

L'enologo è Martin Aurich, conosciuto e premiato con diversi riconoscimenti nazionali ed internazionali, nonché grande interprete del grande vitigno che nella Tenuta Schweitzer ha trovato terra d'elezione. Un buon invecchiamento permetterà di apprezzare questo vino in beva ottimale dai 3 anni in su.

I vini di Tenuta Schweitzer sono distribuiti in Italia da Pellegrini Spa.

cod 75725

Pellegrini Spa
via Mazzini 43 - 24034 Cisano Bergamasco (Bg) - Tel 035 781010
www.pellegrinispa.net

Un vino giovane e longevo al tempo stesso, in grado di competere con i grandi Chardonnay italiani e francesi. Un vino persistente, fresco e minerale, ideale con i formaggi molto stagionati

LE VIN DE MICHEL ECCELLENZA BIO DI GROSJEAN VINS

L'azienda vitivinicola valdostana Grosjean Vins vanta una storia antica, che ha inizio già nel XVIII secolo. È da allora che la famiglia Grosjean conduce con passione questa celebre cantina dove oggi si coltivano oltre 16 ettari tra Saint Christophe e Quart e che - prima tra tutte le aziende valdostane - si è convertita al biologico nel 2011. Qui, oltre agli eroici vini autoctoni (tra cui il "Torrette", di recente inserito dal New York Times tra i 20 migliori vini al mondo), Grosjean Vins produce anche vini internazionali come lo Chardonnay, ormai un grande classico del terroir valdostano grazie al suo carattere trasversale e a un territorio che ne valorizza i pregi.

«La nostra novità per questo 2021 - spiega **Hervé Grosjean**, enologo e titolare dell'azienda - è Le Vin de Michel 2019 biologico, uno Chardonnay in purezza (tra i più nobili del panorama enologico internazionale) che viene vendemmiato in settembre e affina per 12 mesi in barrique di rovere francese. La particolarità di queste botti è che sono piegate a vapore, non col fuoco: sono molto rispettose della qualità del vitigno, elegante e fine, e trasmettono al vino la freschezza e mineralità che caratterizzano la nostra viticoltura».

Giallo paglierino brillante, possiede fragranze intense e delicate note di vaniglia e burro accompagnate da sentori di spezie. Il sorso è persistente, fresco e minerale, ideale per l'abbinamento con i formaggi a lunga stagionatura della tradizione alpina o con una cucina più internazionale.

«Giovane e longevo - prosegue Hervé Grosjean - si affina bene ed è un prodotto di altissima gamma in grado di competere con i grandi Chardonnay italiani e francesi. Sempre a base Chardonnay è anche il nostro Montmary Extra Brut Rosé, uno dei vini protagonisti di "Adotta un Cru", il primo progetto valdostano di vigna in adozione». "Adotta un Cru" è l'originale iniziativa di Grosjean Vins che permette di vivere in prima persona l'emozionante esperienza di coltivare, far crescere e produrre vini d'eccellenza, dai grappoli alla bottiglia: nel rispetto dell'ambiente, alla scoperta delle tradizioni alpine e della viticoltura eroica originaria e internazionale. cod 75539

Grosjean Vins
fraz. Ollignan 2 - 11020 Quart (Ao)
Tel 0165 775791
www.grosjeanvins.it

Cretico Chardonnay Terre di Chieti Igp fa parte della linea Anthology di Cantina Tollo. Un vino bianco importante e complesso, che affina 8 mesi in barrique. È caratterizzato da finezza, profondità e mineralità

CRETICO DI CANTINA TOLLO UN BIANCO RAFFINATO E COMPLESSO

Da un vitigno internazionale felicemente radicato nel territorio abruzzese nasce uno Chardonnay suadente e di lunga persistenza, dai riflessi dorati con aromi di pesca gialla, agrumi, caprifoglio, miele e confetto, con eleganti note vanigliate: Cretico Chardonnay Terre di Chieti Igp. Parte della linea Anthology di Cantina Tollo, è un vino bianco importante e complesso, che affina 8 mesi nelle barrique in cui è avvenuta la fermentazione. Un vino caratterizzato da finezza, profondità e mineralità, che ben si presta ad essere abbinato a primi piatti saporiti a base di carne o pesce, formaggi stagionati accompagnati da confetture.

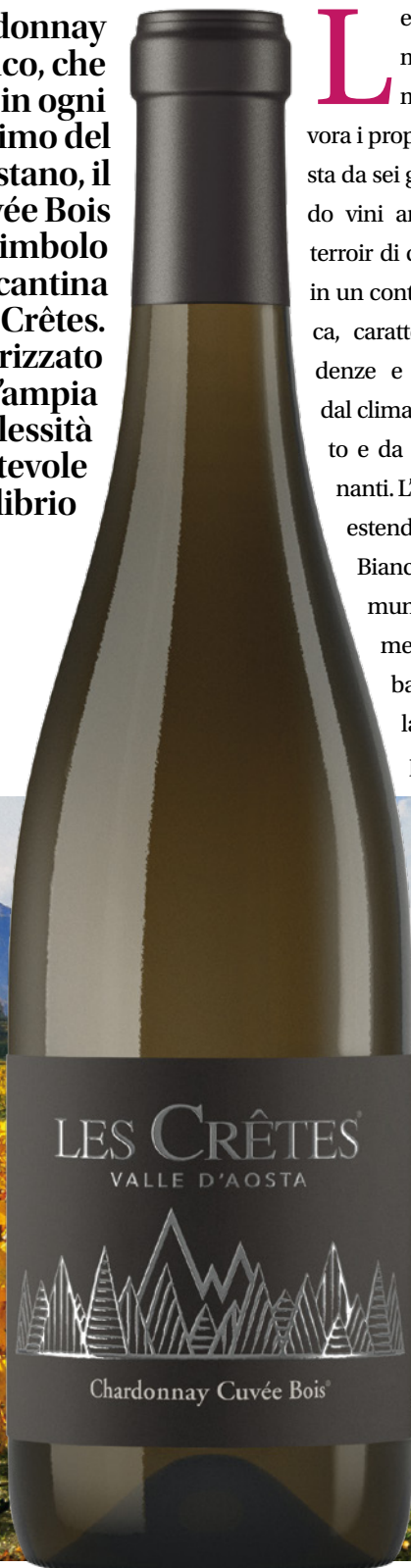
Cretico e la linea Anthology sono l'espressione di un territorio, l'Abruzzo, di cui Cantina Tollo si fa ambasciatrice da oltre sessant'anni. Una realtà che oggi è tra le più importanti e consolidate del panorama vitivinicolo italiano e vanta circa 700 soci e 2.700 ettari coltivati in un territorio da sempre vocato alla viticoltura. I vigneti di Cantina Tollo si estendono dalle colline del litorale adriatico fino alle pendici della Maiella, in un clima tipicamente mediterraneo contraddistinto da escursioni termiche notevoli; sono coltivati tradizionalmente a pergola, con una spiccata vocazione alla sperimentazione in campo e in cantina.

Forte di una lunga storia costellata di successi, Cantina Tollo persegue una strategia precisa: far crescere costantemente la qualità dei suoi vini prestando sempre maggior attenzione alla salute, alla sicurezza e alla sostenibilità.

I vini di Cantina Tollo sono distribuiti in tutte le regioni italiane, in quasi la totalità dei Paesi europei (in particolare Germania, Paesi Bassi, Francia, Danimarca e Regno Unito), oltreoceano (Stati Uniti e Canada) e in Giappone. Cantina Tollo guarda anche ai nuovi mercati emergenti come Russia, India e Cina. cod 75615

Cantina Tollo
viale Garibaldi 68 - 66010 Tollo (Ch)
Tel 0871 96251
www.cantinatollo.it

DALLA CURA PER I DETTAGLI NASCE LO CHARDONNAY CUVÉE BOIS

Chardonnay unico, che incarna in ogni aspetto l'animo del vino valdostano, il Cuvée Bois è il vino simbolo della cantina Les Crêtes. È caratterizzato da un'ampia complessità e un notevole equilibrio

Les Crêtes nasce ad Aymavilles (Ao) con la famiglia Charrère, che lavora i propri vigneti in Valle d'Aosta da sei generazioni, producendo vini artigianali di qualità. Il terroir di coltivazione si sviluppa in un contesto di viticoltura eroica, caratterizzato da forti pendenze e alta frammentazione, dal clima alpino secco e ventilato e da terreni granitici e drenanti. L'areale produttivo che si estende ai piedi del Monte Bianco è suddiviso in 9 comuni, lungo l'alveo del fiume Dora Baltea. I vitigni a bacca bianca trovano qui la culla ideale. Ed è proprio uno Chardonnay, il Cuvée Bois, il vino simbolo della cantina, che nasce negli anni Ottanta dall'incontro di Costantino Charrère con il Conte Gagnard de la Grange, nobile viticoltore di Puligny Montrachet, noto per il pregio dei suoi vini. Nella condivisione con il Conte di un antico sistema di potatura, nasce un'amicizia da cui trae ispirazione l'élévage di questo Chardonnay di montagna, che si distingue da sempre per eleganza e stile.

Creato con sapienza, è figlio di piccole vigne coltivate a mano e curate nei dettagli per ottenere uve sane, con basse rese, seguendo sia in campo che in cantina le pratiche tradizionali ed ecosostenibili. I tannini nobili dei legni pregiati, l'affinamento sur lies e i ripetuti bâtonnages gli conferiscono un'ampia complessità e un notevole equilibrio.

Lo Chardonnay Cuvée Bois segna per Les Crêtes un punto di partenza e svolta di un percorso che lo avvia ai 35 anni di produzione. È frutto di microvinificazioni di cinque crus che da sempre lo compongono e la cui evoluzione in legno svela le molte anime di uno Chardonnay in cui il ruolo primario è rivestito dall'uva, nonostante la fermentazione e l'affinamento in rovere francese da 300 litri costituiscano sottotraccia essenziale nella sua caratterizzazione. Il Cuvée Bois è a tutti gli effetti un continuo passo lungo la strada che Costantino ha tracciato, quella di uno Chardonnay unico, che incarna in ogni aspetto l'animo del vino valdostano. cod 75722

Les Crêtes
SR20, 50 - 11010 Aymavilles (Ao)
Tel 0165 902274
www.lescretes.it

LO CHARDONNAY CASTELLO DI BUTTRIO SEDUCE CON LA SUA FRESCHEZZA

Alessandra Felluga ha sempre avuto una chiara idea: produrre vini che riflettano il territorio e la storia da cui provengono. L'obiettivo è quello di esplorare ed esprimere i Colli Orientali del Friuli. Antichi vigneti, vero privilegio e patrimonio dell'azienda Castello di Buttrio, si affiancano a nuovi impianti per produrre varietà autoctone come il Friulano, la Ribolla Gialla, il Refosco dal peduncolo rosso e il Pignolo, e varietà internazionali come il Sauvignon, lo Chardonnay, il Pinot Grigio e il Merlot, nei 26 ettari vitati (38 totali della proprietà) che circondano il Castello, oggi totalmente ristrutturato.

Buttrio, nel cuore dei Colli Orientali del Friuli, è il comune dove si trova l'azienda agricola che ha sede nello splendido Castello che domina il piccolo paese. Il suolo, caratterizzato da un'alternanza fra marne ed arenarie (in friulano detto ponca), e il clima ventilato conferiscono alle uve un profilo qualitativo di riconosciuta eccellenza. I vigneti sono in collina, ad un'altitudine di circa 150 metri slm, caratterizzati da terrazzamenti e con una gestione integrata a basso impatto ambientale, nel più rigoroso rispetto della tradizione e della identità del territorio.

Le vigne hanno un'età media di 35-40 anni. I diversi cloni, tra cui il ricercato Chardonnay musqué, permettono di ottenere vini di ottima struttura, equilibrata acidità e lunghezza nel finale, senza però rinunciare a quella piacevole freschezza e mineralità propria della vinificazione in acciaio. Lo Chardonnay di Castello di Buttrio è invitante, fine ed elegante; al naso non manca di sorprendere con i ricordi di frutta esotica, biancospino e cannella. Vino fra i più duttili e rappresentativi dello stile dell'azienda e della storia del territorio. cod 75619

Castello di Buttrio
via Del Pozzo 5 - 33042 Buttrio (Ud)
Tel 0432 673015
www.castellodibuttrio.it

DOMAINE CHRISTOPHE ARRIVA IN ITALIA, NUOVO INTERPRETE DELLO CHARDONNAY

Sébastien Christophe è un vignaiolo autentico, che passa le sue giornate in vigna e in cantina. Dall'alta Borgogna, la zona fredda di Chablis, i vini Domaine Christophe arrivano ora in Italia con una produzione di qualità riservata al mondo dell'Horeca, distribuiti dalla giovane azienda importatrice Wine Terroir. «I miei vini - racconta Sébastien - nascono per la ristorazione, le enoteche, gli hotel, per essere degustati e raccontati dai sommelier. È a questi luoghi, oggi così colpiti, che le mie bottiglie appartengono».

Oggi Sébastien coltiva quasi 30 ettari, e il Petit Chablis continua a rappresentare un'etichetta importante. Ma è sui Premier Cru che si gioca la vera partita, dove le differenze territoriali diventano nette e la maestria chiara e precisa: si tratta dei Premier Cru Fourchaume, Mont de Milieu e Montée de Tonnerre. cod 75552

Wine Terroir Importazione
via Privata Giulio Branca 7
20147 Milano - Tel 338 7168229
www.wineterroir.it

PRINCIPE CORSINI

QUALITÀ ED ECCELLENZA TOSCANA ANCHE A PORTATA DI CLICK

Villa Le Corti a San Casciano in Val di Pesa (Fi) e Tenuta Marsiliana a Manciano (Gr) sono storiche realtà vitivinicole di proprietà della famiglia Corsini sin dal XIV secolo. 70 ettari vitati e 63 destinati agli olivi distribuiti tra il Chianti Classico e la Maremma, condotti seguendo i dettami dell'agricoltura biologica. Rispetto della natura, amore per il territorio, tradizione, passione e innovazione sono le qualità che caratterizzano le due proprietà.

A Villa Le Corti si coltiva il Sangiovese, che dà vita a vini eleganti ed equilibrati, e si produce olio extravergine di oliva nel frantoio di proprietà. A Marsiliana la vicinanza del mare e il clima asciutto hanno orientato la scelta su Cabernet Sauvignon, Merlot e Petit Verdot con vini esuberanti e di struttura. Ventisette sono le vendemmie firmate da Duccio Corsini a Villa Le Corti e a Tenuta Marsiliana che riassume così la sua filosofia: «Ho sempre creduto fermamente in un principio: dare alla terra più di quanto prendiamo. Solo così si può dire di avere veramente rispetto per il nostro ambiente e possiamo lasciare alle generazioni future qualcosa di cui andare fieri».

Digiwine, il nuovo e-commerce per l'Horeca

Dal 2019 Duccio Corsini ha introdotto una grande novità nel mondo della distribuzione di vino in Italia: si tratta di Digiwine, lo shop online dedicato agli operatori dell'Horeca dove è possibile acquistare i vini e oli Principe Corsini senza intermediari e usufruendo di numerosi vantaggi:

- listino con sconti personalizzati
- nessun minimo d'ordine
- possibilità di ordinare h24, 7 giorni su 7
- spedizioni rapide e sicure in tutta Italia
- possibilità di accumulare punti fedeltà da trasformare in ulteriori sconti.

Visita il sito **digiwine.it** e registrati gratuitamente per scoprire la realtà Principe Corsini. cod 75336

Principe Corsini
via San Piero di Sotto 1 - 50026 San Casciano Val di Pesa (Fi)
Tel 055 829301
www.principecorsini.com

NICOLÒ TITA
IL SOGNO REALIZZATO DI ESPORTARE VINO ITALIANO NEGLI USA

È uno dei più affermati importatori di vino italiano negli Stati Uniti. Con la crisi globale portata dal Covid-19 il suo e-commerce è quasi centuplicato e si sono aperte nuove opportunità

Un sogno diventato realtà quello di **Nicolò Tita**, architetto bresciano che nel 2008, all'età di 32 anni, decide di trasferirsi a Miami e diventare un punto di riferimento nella distribuzione di eccellenze agroalimentari. Da un grande desiderio e un piccolo budget («sono partito con 20mila euro», racconta Nicolò), oggi "Tita Italian Wine & Delicatessen" è una delle più affermate aziende in Florida che esporta vini italiani negli States e in Venezuela con, in epoca pre-Covid, un giro d'affari di 2,5 milioni di dollari e una decina di dipendenti all'attivo. In 12 anni Nicolò ha costruito un prestigioso parterre di clienti, a cui offre il meglio della produzione del Belpaese e non solo. Scampato il rischio dazi per la seconda volta in un anno, ora l'obiettivo è quello di affrontare l'evoluzione dell'era post-Covid.

«La pandemia è stata terribile - spiega l'imprenditore - all'inizio ero spiazzato e terrorizzato all'idea di chiudere l'attività e dover tornare in Italia. Le aziende qui a Miami non facevano più ordini e non investivano in nuovi prodotti. Ma ho reagito. La mia strategia è stata quella di collaborare con i fornitori rinegoziando i prezzi con l'Italia, con la promessa di restituire un importante volume d'affari. Ho cercato di fare magazzino e operare in controtendenza rispetto alla concorrenza e questa mossa è stata per me vincente. Questa partita è ancora aperta: non sapremo facilmente chi sarà il vincitore, ma al momento credo di trovarmi in vantaggio».

La pandemia ha portato Tita a cambiare interlocutore e rivolgersi anche al privato, non più solo alla grande distribuzione. «Ho aperto una nuova società, Olocin, incaricata di seguire tutta la vendita diretta attraverso l'e-commerce. Un investimento importante e coraggioso che mi ha permesso di trasferire online tutta l'offerta». Oggi per Nicolò l'e-commerce è quasi centuplicato rispetto a nove mesi fa.

Nel futuro non si dovrà abbassare la guardia. «Ci aspetta un anno ancora più difficile a livello commerciale - dice Nicolò - molte attività a livello mondiale chiuderanno o avranno un potere d'acquisto molto inferiore a prima. Per me si sono comunque aperte nuove opportunità: di recente ho avviato nuove trattative in Florida e altre aree degli Usa, anche in Venezuela. Sono certo che, da questa crisi, ritorneremo più forti». cod 75776

In prima posizione la Francia, Italia seconda, terza la Spagna. Tra le regioni che hanno ottenuto maggiori riconoscimenti guidando la "carica" dei rosati tricolore brillano il Veneto, l'Abruzzo, la Puglia e il Friuli Venezia Giulia

CONCOURS MONDIAL DE BRUXELLES 64 MEDAGLIE AI VINI ROSATI ITALIANI

Sempre più versatile e amato, sia dai consumatori sia dai grandi chef. Stiamo parlando del vino rosato, in particolare quello italiano. La prima edizione della Selezione Rosé del Concours Mondial de Bruxelles ha, infatti, incoronato l'Italia seconda al mondo per numero di medaglie conquistate (complessivamente 64) dietro la Francia (135 medaglie ottenute) e davanti alla Spagna (42).

Sono stati 225, in totale, i vini tricolore in gara su oltre mille etichette partecipanti (tra rosé tranquilli, spumanti, frizzanti e liquorosi) arrivate da 27 Paesi e valutate nel pieno rispetto delle regole sanitarie da una giuria selezionata composta da 40 degustatori belgi tra sommelier, giornalisti, opinion leader e Master of Wine.

Tra le regioni del Belpaese che hanno ottenuto maggiori riconoscimenti guidando la "carica" dei rosati tricolore, brillano il Veneto (20 medaglie), l'Abruzzo (16), la Puglia (9) e il Friuli Venezia Giulia (6). Tra le aziende premiate ricordiamo l'altoatesina Schenk, che ha conquistato una Gran medaglia d'oro (Il Casato), una Medaglia d'oro (Amicone) e una d'argento (Rivani), e la campana Cantine Marisa Cuomo, che ha guadagnato una Medaglia d'oro grazie al suo Rosato.

Nel novero dei campioni - che hanno permesso all'Italia di portare a casa 2 Gran medaglie d'oro, 20 Medaglie d'oro, 42 Medaglie d'argento e 1 Trofeo "Rivelazione" (Terzini Rosato Cerasuolo d'Abruzzo Doc della cantina Terzini) - rientrano etichette provenienti da Toscana, Sicilia, Sardegna, Lombardia, Piemonte, Liguria, Emilia Romagna, Campania e Basilicata. Regioni punte di diamante del "drink pink" che hanno sancito a livello mondiale il ruolo da protagonista dello Stivale, quarto al mondo per produzione (circa 2,5 milioni di ettolitri all'anno), dopo Francia, Stati Uniti e Spagna.

Arriva, dunque, dai banchi d'assaggio della prima edizione della Selezione Rosé del Concours Mondial de Bruxelles, dedicata ai pink wine di tutto il mondo la fotografia aggiornata dei consumi di vini rosati per il 2021.

Secondo un sondaggio realizzato presso i giudici degustatori e gli opinion leader, chiamati a giudicare oltre mille pink label in gara da 27 Paesi nel corso di una quattro giorni che si è svolta a Bruxelles eccezionalmente in modalità "lockdown" dall'1 al 5 marzo, infatti, l'80% degli attuali consumi di questa tipologia sono spinti soprattutto dalla fama del brand e dell'etichetta, a prescindere dal vitigno. A vincere tra i consumatori è soprattutto la riconoscibilità del territorio di produzione a dimostrazione di una scelta "emozionale" che esula dalla conoscenza tecnica del vino in sé e che si basa essenzialmente sull'idea di moda, sulle sensazioni gusto-olfattive e su un approccio edonistico. cod 75128

PINOT GRIGIO DELLE VENEZIE DOC

IL CASATO ROSÉ

GRAN MEDAGLIA D'ORO

Pinot Grigio in purezza, coltivato tra basso Trentino e Veneto, vendemmia manuale nei primi giorni di settembre. Le uve sono sottoposte ad una soffice pressatura, per ottenere un mosto che rimane a contatto con gli acini per circa 8 ore e conferire colore e profumo. Vino dal colore rosa tenue con riflessi ramati e dai piacevoli sentori di frutta rossa come ciliegia, mirtillo e lampone. Al palato possiamo apprezzare la sua mineralità, la sua ampiezza ed equilibrio. Ottimo con antipasti leggeri, sushi, zuppa di pesce, carni bianche e baccalà.

Schenk Italia
via Stazione 43 - 39040 Ora (Bz)
Tel 0471 803 311
www.schenkitalia.it

CANTINE MARISA CUOMO VINI CAMPANI APPREZZATI NEL MONDO

Gran Furor Divina Costiera, Cantine di Marisa Cuomo: il marchio che in tutto il mondo porta la grandezza di un piccolo pezzo di terra. Gran Furor Divina Costiera è un marchio che nasce nel 1942 per accompagnare la vendita dei vini della Costa di Furore, ottenuti dalle vigne sdraiate a picco sul golfo di Salerno. Andrea Ferraioli, discendente da un'antica famiglia di vinificatori locali, acquista il marchio Gran Furor Divina Costiera nel 1980, per produrre un vino di altissima qualità recuperando i segreti dei suoi avi e la secolare tradizione vinicola del suo paese natio.

Insieme alla moglie Marisa Cuomo inizia un'avventura imprenditoriale che si confonde con il legame famigliare che li unisce: il loro amore e una straordinaria passione per il vino porteranno Cantine di Marisa Cuomo tra i migliori marchi dell'enologia italiana a livello internazionale.

I vini di Cantine Marisa Cuomo invecchiano in un'antica cantina scavata nella roccia di origine dolomitico-calcarea: un luogo affascinante, umido e fresco, che accoglie le barriques in legno di rovere francese. La vinificazione avviene secondo le più moderne tecniche, in un connubio di natura e tecnologia. cod 70397

COSTA D'AMALFI DOC

MARISA CUOMO ROSATO

MEDAGLIA D'ORO

Ottenuto da uve Piedirosso (localmente detto Per e Palummo) 50% e Aglianico 50%, coltivate tra Cetara e Raito (frazione di Vietri Sul Mare) su terrazzamenti costieri a 100/250 m slm ed esposti a sud.

Vendemmia manuale nella terza decade di ottobre.

Il Costa d'Amalfi Rosato è caratterizzato da un vivace colore rosa e un profumo intenso di ciliegia, ribes rosso, e melograno insieme ad essenze della macchia mediterranea. Strutturato ed armonico al gusto si distingue per la sua lunga persistenza.

Cantine Marisa Cuomo
via G.B. Lama 16/18 - 84010 Furore (Sa)
Tel 089 830348
www.marisacuomo.com

di ***Eros Teboni***
Miglior sommelier del mondo Wsa 2018

Con oltre 1.000 anni di storia alle spalle, i Marchesi de Frescobaldi hanno sempre accompagnato il mondo del vino italiano, cercando di garantire diversità e allo stesso tempo identità territoriale ai loro vini. La famiglia Frescobaldi ha tenute sparse per tutto il territorio toscano. Oggi analizzeremo le punte di diamante di tre diverse tenute. La mia scelta per questo menu è legata alle mie ultime degustazioni, nelle quali alcuni di questi vini mi hanno colpito molto positivamente. cod 75258

*I piatti sono di **Matthias Kirchler**, cuoco del ristorante "1964" dell'Amonti & Lunaris Wellnessresort a Cadipietra (Bz)*

L'ITALIA DEL VINO

FRESCOBALDI, TRA VARIETÀ E IDENTITÀ

1 LEONIA POMINO ROSÉ 2016 CASTELLO DI POMINO

Vitigno: Pinot Nero 100%
Età media delle viti: 60 anni (anno d'impianto 1955)
Consumo: 2021-2030
Forma di allevamento: Guyot
Prezzo medio: 40 euro
Abbinamento consigliato: Sgombro pinna gialla, mela, topinambur

Uno dei primi Pinot Nero spumantizzati con formula metodo Classico in Toscana, prende il nome dell'audace trisavola Leonia, che dopo un viaggio studio in Champagne decide di provare a sperimentare queste tipologie di vinificazione anche nel proprio territorio. Un "esperimento" ben riuscito, infatti ottima è la qualità di questo spumante, in grado di riportare sia organoletticamente che stilisticamente le note e le caratteristiche di questa varietà d'Oltralpe. Piccola frutta di bosco, lampone, fragolina, con un tocco speziato floreale che ricorda il ginepro compongono i profumi principali del Leonia Rosé, invece la mineralità e la sapidità, arricchiscono il palato aumentando il dinamismo di beva di questo vino contribuendo nello stesso tempo alla versatilità d'abbinamento dello stesso.

2 BRUNELLO DI MONTALCINO RISERVA "RIPE AL CONVENTO" 2015 CASTEL GIOCONDO

Vitigno: Sangiovese 100%
Zona di produzione: Montalcino
Età media delle viti: 30 anni circa
Consumo: 2021-2035
Forma di allevamento: Guyot
Prezzo medio: 90 euro
Abbinamento consigliato: Orzotto, maialino di montagna, umibudo, yogurt

Il vigneto si trova ad un'altitudine di 450 metri e composto dai tipici suoli galestrosi della zona, importantissimi per marchiare specificamente il vino, dandogli un'impronta stilistica ben definita e con l'aiuto dell'esperienza dell'enologo mantenerne costante la qualità. Al naso, in primo piano la ciliegia e la piccola frutta di bosco, poi una leggera nota speziata che ricorda il tabacco e la foglia di tè, questo per dare un tocco maggiore di complessità allo spettro aromatico. Al palato è molto teso, dinamico, dal tannino compatto e setoso, un'acidità e una freschezza impattante, entrambe sostenute da un corpo monumentale grazie al quale il vino riesce ad avere anche un'importante potenziale d'invecchiamento.

3 GIRAMONTE 2017 TENUTA CASTIGLIONI

Vitigno: Merlot, Sangiovese
Età media delle viti: 45 anni
Consumo: 2021-2040
Forma di allevamento: Guyot
Prezzo medio: 110 euro
Abbinamento consigliato: Il piccione in 3, petto, coscia e raviolo ripieno, aglio orsino, cavolo rosso

Nasce nel 1999 uno dei più prestigiosi Cru di Frescobaldi, un blend particolare all'insegna del classicismo SuperTuscan. Intenso e strutturato, il Giramonte riesce a garantire una perfetta costanza qualitativa negli anni. Frutta rossa e leggere note tostate, cioccolatose, con un ricordo di liquirizia e oliva, sono i sentori che caratterizzano il ventaglio di profumi una volta portato il naso sul bicchiere. Ma è proprio in bocca che mostra la sua maestosa espressività legata ad una potenza strutturale importante, addomesticata da buona sapidità, proprio grazie alla quale riesce a combinarsi a piatti particolari come il piccione. È importante la scelta di un rosso strutturato con questa tipologia di carne proprio per il suo ricco contenuto di ferro, la parte leggermente amara e dolce del piatto riesce a combinarsi perfettamente con il Giramonte, garantendo piacevolezza e soddisfazione.

RIPARTIAMO DAL VINO

Per affrontare con positività e lo sguardo rivolto al futuro la situazione attuale, cercando di lasciarci alle spalle il coronavirus, l'head sommelier del ristorante Terrazza Gallia di Milano, ***Paolo Porfidio****, vincitore del Premio Italia a Tavola-Personaggio dell'anno, nella categoria Sala e Hotel, prosegue su* ***www.italiaatavola.net*** *la video-rubrica dedicata ad alcune eccellenze del panorama vinicolo italiano. In queste pagine proponiamo la sintesi di alcune fra le più recenti video-degustazioni.*

Alto Adige Doc Santa Maddalena Vigna Rondell 2019 di Franz Gojer

Nato seguendo il modello di un Borgogna, al "Vigna Rondell" sono destinati solamente i migliori appezzamenti con i vigneti più antichi. Un Santa Maddalena che combina forza ed eleganza tali da far sembrare questo vino quasi simile ad un Pinot Nero. Vigna Rondell è a Santa Maddalena (Bolzano), versante sud-est terrazzato. Collina morenica caratterizzata da un suolo ben areato, sabbioso e che si riscalda con facilità. Forma di allevamento a pergola, con 5.000 viti per ettaro. Il vino è rosso rubino intenso, presenta un forte sapore di ciliegia, è corposo e speziato. Vino forte ma nello stesso tempo fine, leggermente tannico, ben strutturato, con interessanti toni aspri. Retrogusto persistente. Potenziale di conservazione molto buono. cod 75608

Grillo Family and Friends 2019 di Feudo Maccari

Ottenuto al 100% da uva Grillo, Family and Friends viene vinificato a partire da una fermentazione della frazione liquida che avviene in parte in contenitori in cemento ovoidali di piccole dimensioni, in parte in fusti di rovere per almeno 16 giorni.

La maturazione si svolge invece in parte in cemento e in parte in rovere francese per non meno di 6 mesi, mentre l'affinamento in bottiglia dura almeno 6 mesi. Alla vista il vino si presenta giallo cristallino con riflessi dorati; al naso si apre con sentori agrumati con prevalenza di pompelmo rosa, seguiti da delicati aromi di vaniglia e cannella; in bocca è fresco, profondo e dotato di una piacevole componente minerale. cod 75472

Lagrein Riserva Sanct Valentin 2018 di San Michele Appiano

La varietà autoctona Lagrein trova le migliori condizioni per la produzione di vini di qualità nelle vigne poste sui pendii del comune di Bolzano. Il Lagrein Sanct Valentin, che nasce nel 2000, matura per 12 mesi in piccole botti di rovere, a cui seguono ulteriori 6 mesi in botti grandi per renderlo più armonico. Dal carattere robusto, al palato sviluppa una forza poderosa corroborata da un'acidità ben coniugata. Un vino vigoroso, dal considerevole potenziale d'invecchiamento. Alla vista è rosso scuro tendente al nero. Al naso sprigiona aromi complessi di caffè, cacao e frutti di bosco. Al palato è rotondo, potente, cioccolatoso. Accompagna egregiamente sostanziosi piatti di carne come il lombo di bue, piatti a base di selvaggina e anche formaggi stagionati. cod 75232

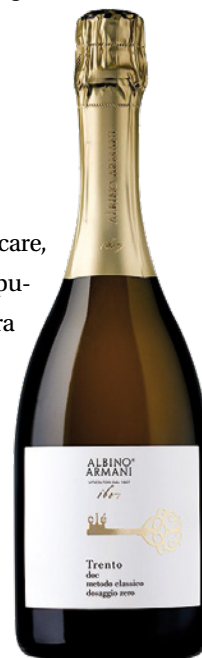
Toscana Igt La Pineta 2019 di Podere Monastero

La Pineta (100% Pinot Nero) nasce nel rispetto della filosofia dell'azienda; ogni vite viene curata fin dalla potatura, impostando fin da subito una produzione di grande qualità. Il sistema di allevamento è rigorosamente a guyot con una carica di gemme che non supera mai le 6-7; la produzione per ceppo si aggira intorno ai 400 grammi che, raccolti rigorosamente a mano, vengono fatti fermentare in tinella di rovere francese (allier) a temperatura controllata per circa 12 giorni. Alla svinatura il vino viene messo in barriques (sempre in allier media tostatura) per la fermentazione malolattica; alla fine di questo processo il vino viene travasato e messo nuovamente in barriques per ulteriori 9 mesi prima di essere imbottigliato.
Il vino si presenta di colore rosso rubino. Al naso sprigiona note di frutti di bosco freschi, compresi i lamponi, oltre a sentori di spezie e sottobosco. Al palato è equilibrato, con aromi di frutta rossa e un finale persistente. Da provare in abbinamento a foie gras, salse teriyaki, pollo ai mirtilli con ripieno di noci, saltimbocca di maiale. cod 75195

Spumante Brut Metodo Classico "Luigi Coppo"

Luigi, che subentrò al fondatore Piero Coppo, si trovò a fronteggiare momenti molto duri e difficili a seguito dell'alluvione del 1948. Grazie alla sua tenacia e determinazione però, le cantine si modernizzarono, adottando tecnologie innovative. Questo spumante, 100% da uve Pinot Nero, è dedicato a lui e a tutti coloro che non si piegheranno mai alle avversità. Affinamento18-24 mesi in bottiglia a contatto con i lieviti, presa di spuma in bottiglia secondo il metodo tradizionale. Il colore è giallo paglierino tenue con riflessi verdognoli. Perlage fine. Profumo intenso, fragrante, con freschi sentori di mela seguiti da caratteristiche note di pane e lievito. In bocca è secco, fresco, delicato, con note di frutti bianchi freschi, pesca, litchi e melone. La freschezza del sorso si accompagna a una sapida struttura di mandorla. Ottimo come aperitivo, con mortadella, acciughe, calamaretti fritti, scampi al vapore. cod 75021

Trentodoc Dosaggio Zero Metodo Classico Clé 2016 di Albino Armani

Dall'altopiano di Brentonico ai declivi della Vallagarina, su terreni ricchi di basalto e calcare, le uve di Chardonnay e Pinot Nero si fondono in sapiente equilibrio per creare uno spumante di montagna, il Clé, elegante e indimenticabile. Preparata la cuvée, in primavera si procede al tiraggio.
Le bottiglie riposano sui lieviti per almeno 36 mesi prima del degorgement. La scelta del dosaggio zero lo rende espressione autentica della montagna trentina. Arricchito da un perlage fine e persistente, raccoglie nel calice note fresche e fruttate di agrumi e di miele, accompagnate dalla fragranza del lievito.
Il perfetto equilibrio fra acidità e struttura conferisce piacevole armonia ad ogni sorso. Aperitivo raffinato, accompagna un intero pasto con eclettica eleganza, dolci esclusi.
cod 74972

VINO E DESIGN

ESTETICA E PACKAGING ORIENTANO LE SCELTE D'ACQUISTO

E ora quale scelgo? Quante volte davanti a uno scaffale pieno di vini al supermercato o in enoteca lo abbiamo pensato? Certamente i fattori che incidono nel processo di acquisto di una bottiglia di vino sono molteplici, dalla qualità al prezzo, dalla tipologia all'occasione di consumo. Ma quante volte, sempre davanti a quello scaffale, abbiamo scelto una bottiglia per l'etichetta? La risposta ce la dà una ricerca di Nielsen che sostiene che il 70% dei consumatori davanti a una selezione di vini farà la sua scelta d'acquisto in base al packaging e al design della bottiglia. Questo avviene perché attraverso un'etichetta si possono esprimere sensazioni di sicurezza, autorevolezza, fiducia, ma può servire anche per incuriosire e attrarre un nuovo target di consumatori. I Millennials, ad esempio, sono più attratti da colori sgargianti rispetto alle etichette più tradizionali, perché le ritengono più memorabili.

Inoltre, l'attenzione al design è un aspetto fondamentale per aumentare la percezione del prodotto e la brand reputation. È sempre consigliabile affidarsi a professionisti del settore, come agenzie di comunicazione specializzate, al fine di ottenere un packaging di valore e differenziante rispetto ai competitor. Dalle iconiche illustrazioni di Donnafugata all'arte moderna dell'eclettico Franz Haas, passando per i fiori dipinti su ogni bottiglia di Belle Epoque, al minimalismo estremo di Gaja, fino ad arrivare all'iperrealismo di Matsu, dove l'intera gamma mostra la storia di una famiglia, attraverso fotografie dal nonno al nipote: ogni etichetta veicola un messaggio, l'essenza del vino, la visione del produttore.

Quando l'estetica incontra la funzionalità

Oltre all'estetica, c'è chi vuole aggiungere anche la funzionalità, proprio come la definizione della parola "design" richiede. L'esempio è quello della cantina umbra Terre de la Custodia, appartenente alla famiglia Farchioni, che ha brevettato una bottiglia per esaltare al massimo il suo Sagrantino di Montefalco. Disegnata e progettata da Tosca Sibella Farchioni, e realizzata in collaborazione con una vetreria locale, è la perfetta sintesi tra estetica e funzionalità. La bottiglia nasce da una necessità, ovvero dalla vigorosa vinificazione del Sagrantino di Montefalco, che produce un elevato quantitativo di residui. La bottiglia, infatti, presenta un incavo che ha la particolarità di far accumulare i residui del vino in un unico punto e, al tempo stesso, di creare una bolla d'aria che impedisce di movimentare i residui e farli uscire durante la mescita. Inoltre, l'impugnatura richiama quella del fioretto all'italiana, essendo la scherma una grande passione della famiglia.

Questa tematica appassiona molto anche i più esperti e divulgatori del vino come opinion leader di settore e wine influencer (@cantinasocial e Laura Donadoni, @theitalianwinegirl). Loro hanno creato un appuntamento fisso ogni giovedì su Clubhouse, la nuova piattaforma social basata sul dialogo, con una room ad hoc dedicata al connubio vino-design indirizzata a chi ama il vino, l'estetica e l'arte. Dostoevskij diceva "la bellezza salverà il mondo": noi non possiamo che dargli ragione. cod 75623

UN VITIGNO AL MESE

PRUNESTA, CALABRESE DEL LITORALE TIRRENICO

di ***Piera Genta***

Vitigno autoctono calabrese dalle origini antiche, la Prunesta generalmente viene vinificata con altre uve locali. È autorizzata nelle Igt Calabria, Costa Viola e Valdamato. Alcuni studiosi ritengono potrebbe essere l'uva Capinia citata da Plinio il Vecchio. L'etimologia del nome sembra farlo derivare dal latino bruma e si rifà all'abbondanza di pruina che riveste la buccia, quasi come una nebbia sottile.

Dal punto di vista ampelografico, presenta una foglia media, orbicolare, trilobata. Il grappolo è medio, piramidale o conico, talvolta alato, mediamente compatto o spargolo. L'acino è grande, ellissoidale con buccia pruinosa, di colore blu-viola. Il vitigno Prunesta è registrato ufficialmente nel Catalogo nazionale delle varietà di vite dal 1970. La sua superficie coltivata a livello nazionale ammonta a 34 ettari.

Tradizionalmente il vitigno è chiamato "uva del soldato" o anche "Ruggia". È presente soprattutto sul versante tirrenico della Calabria. Se ne ricava un vino dal colore rosso rubino più o meno intenso, di buon corpo, profumo di prugna, mediamente tannico e alcolico.

Interessante il rosso Armacia, uno dei vini estremi certificati dal Cervim, della Casa vinicola Criserà di Reggio Calabria, dove l'armacia è il tipico muro a secco in pietra che costituisce i terrazzamenti a strapiombo sul mare della Costa Viola lungo il litorale tirrenico, dove da secoli viene praticata la "viticoltura eroica" in forte pendenza, che contribuisce a salvaguardare il territorio. cod 75234

BEN...BEVUTI AL SUD

ROSSO DEL CONTE TASCA D'ALMERITA UN VANTO PER L'ENOLOGIA SICILIANA

di ***Gianni Paternò***

Un'icona del vino siciliano, firmato da un'azienda che ha fatto la storia enologica dell'Isola. Parliamo del Rosso del Conte di Tasca D'Almerita. L'azienda nasce nel 1830 in una tenuta a cavallo delle provincie di Palermo e Caltanissetta. Già nel 1901 la prima etichetta in commercio. Nel 1979 Lucio Tasca, che prende le redini aziendali, inizia a piantare i primi internazionali. Oggi è il presidente e i figli Alberto e Giuseppe conducono l'azienda con 467 ettari vitati nelle tenute Regaleali, Capofaro, Tascante e Sallier De La Tour. Una conduzione, più che biologica, certificata SOStain, un programma e un protocollo che si basano su 10 requisiti, con l'obiettivo di perseguire uno sviluppo rispettoso dell'ambiente anche umano, socialmente equo ed economicamente efficace, con attenzione al risparmio di energia, acqua e CO_2, impiegando tutte le tecniche e le conoscenze disponibili per non arrecare danno al suolo, alla flora, alla fauna, all'intero ecosistema.

Degustiamo il Rosso Del Conte 2016, Doc Sicilia Contea di Sclafani, da alberelli di Perricone e Nero d'Avola. Selezione addirittura degli acini, temperature controllate; dopo la malolattica affina in barriques nuove per 18 mesi, cui seguono altri 12 in bottiglia.

Nel calice colore rubino carico, al naso un coacervo armonioso di frutta rossa, caffè, liquirizia, cacao, pepe e tanto altro che inebria; al palato una tessitura complessa ed equilibrata di tannini già vellutati, di sapiente acidità, di fragranza e retrogusto infinito. Austerità e piacevolezza caratterizzano questa 41ª edizione. cod 75767

DÉJÀ BÙ

MARCILIANO 2017 E MONTIANO 2015 GRANDI ROSSI TRA LAZIO E UMBRIA

di ***Guido Ricciarelli***

L'azienda Falesco è stata fondata nel 1979 a Montefiascone (Vt) dai fratelli Renzo e Riccardo Cotarella con lo scopo di ridare lustro ai vecchi vitigni della zona, in particolare alla Doc "Est!Est!Est!" di Montefiascone. Nel 2004 si espanse con l'acquisto dell'Azienda Marciliano in Umbria. Dal gennaio 2017, infine, con Dominga, Marta ed Enrica Cotarella, la terza generazione è ufficialmente approdata alla guida dell'azienda di famiglia che, a distanza di 30 anni dalla fondazione di Falesco, ha segnato un passaggio epocale di riposizionamento e rinnovamento.

Al nostro vaglio si sottopongono i due vini di punta della gamma. Marciliano 2017 è un blend di Cabernet Sauvignon 70%, Cabernet Franc 30%. All'esame visivo sfoggia una luminosissima veste rubino con riflessi granato di evidente concentrazione. Affascinante al naso per carattere, complessità e finezza: mirtilli neri, more, rosa appassita, lavanda, alloro, radice di liquirizia e rabarbaro aprono la scena alle spezie dolci, come vaniglia, cannella e anice stellato, con sensazioni finali di sottobosco e grafite. Leggiadro il sorso per la compostezza di un tannino finissimo e fuso che non copre mai un'appagante freschezza fruttata. Ottimo l'equilibrio e interminabile la persistenza, con finale salmastro e balsamico. Grande vino.

Montiano 2015 è un Merlot in purezza di un rosso rubino impenetrabile. Il profumo è un'onda intensissima e fragorosa di dolcezza di frutto e spezie che ha la forza, il sibilo e la potenza effusiva di un'esplosione di vaniglia e mora. E poi, come fosse essenza, la sua cremosità, la viscosità della soluzione e dell'aroma è polpa ferma, è muro di cassis insertato e ampliato dalla suadente vanigliosità del rovere più puro. Un vino di consistenza immaginifica, di morbidezza armoniosa, di assoluta nitidezza enologica esecutiva. Giù il cappello. cod 75155

BOLLICINE... CHE PASSIONE

CUVÉE DELL'ANGELO PAS DOSÉ IL METODO CLASSICO OMAGGIO AD ANGELO MORATTI

di ***Piera Genta***

Dedicato ad Angelo Moratti, imprenditore e dirigente sportivo italiano morto 40 anni fa, Cuvée dell'Angelo Pas Dosé è un metodo Classico prodotto nell'Oltrepò Pavese nella tenuta del Castello di Cigognola, un maniero duecentesco acquistato dalla famiglia Moratti nel 1982 con 36 ettari di proprietà di cui 28 vitati. Il Pinot Nero è al centro del progetto vitivinicolo dell'azienda situata proprio al 45° parallelo, quello che attraversa importanti aree viticole del mondo, Langhe, Bordeaux, Georgia e Napa Valley, considerato il migliore per lo sviluppo della vite.

La Cuvée dell'Angelo è 100% Pinot Nero, un vigneto che cresce sul lato nord-occidentale della collina di Cigognola, una sosta di 72 mesi sui lieviti. Nel bicchiere una bollicina elegante dal perlage lungo e persistente, uno spumante che si presenta subito complesso e ricco di materia. Cremoso con la bocca in equilibrio tra freschezza e acidità ed un buon corredo vegetale.

L'azienda ha anche rivisto le etichette dal punto di vista grafico: sul metodo Classico l'etichetta richiama lo stile francese delle maison con il solo cognome Moratti come griffe. cod 75481

LA SEDUZIONE DELL'ETICHETTA

LINEA CECILIA BERETTA DI PASQUA VINI DEDICATA A 33 GRANDI DONNE

di ***Piera Genta***

Nel segno di Cecilia Beretta, primogenita del conte Giuseppe Beretta, nobildonna colta e raffinata vissuta nella seconda metà del '700, nasce la linea Cecilia Beretta targata Pasqua Vigneti e Cantine, una delle più importanti famiglie del vino della Valpolicella, che vede al lavoro un team tutto al femminile guidato da Graziana Grassini, tra le prime donne winemaker italiane, allieva di Giacomo Tachis.

Si tratta di una selezione dedicata a 33 donne che hanno fatto con la loro personalità ed i loro progetti la differenza nei settori Science, Technology, Engineering and Mathematics, che da sempre vengono associati a competenze e attitudini prettamente maschili. Per tradurre in immagini sulle etichette i tratti significativi della personalità di queste donne è stata scelta l'illustratrice Ludovica Basso, in arte Clorophilla, un'artista a tutto tondo con un B&B Atelier all'interno di un borgo saraceno in Liguria. Di questa linea è stata creata una limited edition di 6 bottiglie di Valpolicella Superiore Mizzole che viene accompagnata dal libro "Femminilità senza compromessi. 33 innovatrici protagoniste del nostro tempo".

Valpolicella Superiore Mizzole proviene dal vigneto di proprietà nell'omonima contrada a 200 m d'altitudine nella Valpantena. Coltivato a guyot, era all'epoca della vendemmia in conversione al biologico. Il terreno è prevalentemente argilloso, calcareo, con viti di 25-30 anni. Ottenuto da Corvina 60%, Corvinone 25%, Rondinella 10%, Oseleta 5%, per l'affinamento il 55% del vino viene trasferito in barrique e tonneaux di rovere, di cui il 30% legno nuovo, dove matura per circa 9 mesi. Il resto matura in acciaio.

Le donne raffigurate su queste bottiglie sono: Marta Burgay, astrofisica e ricercatrice presso l'Osservatorio di Cagliari, prima al mondo a scoprire un sistema binario di stelle di neutroni pulsanti, oggi in Sardegna studia onde gravitazionali e segnali elettromagnetici in arrivo da altre galassie; Meg Pagani, ceo di Impacton e (R)evolutionary, sfrutta il digitale per accelerare la diffusione di progetti hi-tech di valore sociale; Sabrina Di Fazio, founder di E24Woman, ricercatrice biochimica al lavoro sul digitale applicato alla salute, attraverso la sua startup sviluppa sistemi di protezione per le donne in emergenza; Erica Arena, founder di Orange Fiber, azienda che recupera gli scarti delle arance di Sicilia trasformandole in tessuto, coniugando così moda, cibo e sostenibilità; Chiara Montanari, capo missione di importanti spedizioni scientifiche in Antartide; e Graziana Grassini. cod 75483

OLD STYLE, HEALTY E CON PROFUMI ESOTICI I COCKTAIL DELL'ESTATE SONO SENZ'ALCOL

di ***Benedetta Gandini***

Le giornate si allungano, le temperature iniziano ad alzarsi, i colori tendono a prendere le sfumature del pastello. La primavera è sempre più inoltrata e, come da consuetudine la nostra mente inizia a viaggiare verso deserti sabbiosi, spiagge bianche, cocktail sulla spiaggia e vista sull'oceano. Provando ad uscire dal periodo difficile che tutti stiamo vivendo, quest'anno più che mai la voglia di libertà e leggerezza è predominante e le tendenze in termini di acqua, bevande, succhi e cocktail sono tutte da scoprire.

«L'estate che si appresta ad iniziare sarà sicuramente frenetica, molto veloce, con tanti clienti che si riverseranno nei bar e all'aria aperta per gustare un drink in compagnia», spiega **Danny Del Monaco**, global brand ambassador per Santoni Liquori, presidente e ideatore di Italian Barman Style e Cocktail in the World Mixology, già vincitore del Premio Italia a Tavola nel sondaggio "Personaggio dell'anno" del 2016. «Io seguo molto il concetto del bere moderato e come mixologist insieme ai miei collaboratori studio soluzioni adatte a tutti i palati, sia alcol free che moderatamente alcoliche».

«Il principe dei cocktail estivi - prosegue Del Monaco - sarà sicuramente il

gin tonic, con molte nuove tipologie di gin, e tutto il twist dei cocktail old school come il gin fizz, ad esempio rivisitato con bergamotto e zenzero. Il non-alcol, inoltre, ci sarà anche nei gin, negli amari. Sicuramente nelle preparazioni è preferibile utilizzare i sodati e la frutta. Ci sarà probabilmente un ritorno ai vecchi sapori come la cedrata e il chinotto. Per i sentori olfattivi la tendenza riguarda i profumi d'oriente, come rabarbaro e tè verde. Le nostre drink list sono molto fresche, con un mix di tutti i classici e le loro rivisitazioni (l'Oriental Martini è uno dei nuovi cavalli di battaglia, ndr). Per fare un esempio, nella composizione di un Americano rivisitato ho usato un vermouth non-alcol, il bitter classico e la soda. Recentemente ho anche sperimentato un bitter bianco analcolico che mi è piaciuto utilizzare sempre come modificatore di un cocktail».

I consumatori cercano bevande salutari e con origine certificata

Se la tematica dell'healty e alcohol free è sempre più frequente, l'attenzione è concentrata anche su no-sugar, bio, senza coloranti e senza conservanti. Sempre più importante sarà sicuramente la tracciabilità: sapere che il prodotto è realizzato con ingredienti certificati e magari a km zero sarà un vero punto di forza. Gli ingredienti premium saranno sempre più richiesti e il pubblico sarà sempre più ampio.

San Benedetto, ad esempio, ha introdotto l'Indian Black Tea, un tè dal gusto inconfondibile, una vera e propria esperienza che coinvolge tutti i sensi; un ammaliante profumo orientale conservato in un prezioso scrigno di vetro da 0,25 l ispirato alle eleganti confezioni di antichi profumi. La ricetta è esclusiva con infuso di foglie di tè nero 100% indiano ai gusti pesca e limone, in purissima acqua oligominerale, senza coloranti e conservanti e zuccheri artificiali. Un blend selezionato dall'aroma ricco e intenso in una ricercata bottiglia dai mille riflessi dorati, da gustare nei locali più esclusivi e glamour.

Acqua tonica, un must intramontabile, oggi in diverse varianti

Su questo trend, anche le acque toniche di Bevande Futuriste offrono un'ampia scelta e si può spaziare tra vari gusti e fantasie. «Abbiamo sempre creduto nella forza dell'acqua tonica - afferma **Elena Ceschielli**, socia fondatrice e responsabile marketing e comunicazione di Bevande Futuriste - ora abbiamo 5 varianti di acqua tonica, dalla pura alla speziata, passando per la botanica, la light e la bio. Il filo conduttore è l'italianità, la bellezza, l'essere senza coloranti e conservanti e l'aggiunta di estratto di china naturale, che la fa essere una vera tonica. La moda arriva dall'alto consumo di gin tonic, un drink che si può bere a qualsiasi ora, se realizzato con prodotti premium. L'affermarsi di notevoli gin ha reso possibile l'offerta smisurata di acque toniche. Stiamo assistendo alla rinascita dell'acqua tonica come bevanda da assaporare liscia con ghiaccio e una fetta di limone, quale drink tonico, naturale e frizzante, al posto dell'acqua minerale. Tantissimi pasteggiano con la nostra Tonica Cortese Originale Bio 1959 e la trovano molto digestiva».

Sì alla socializzazione, ma senza bevande alcoliche

Come abbiamo anticipato a inizio articolo, sicuramente l'estate 2021 sarà all'insegna della leggerezza, e in tema di bevande e cocktail vedremo un ritorno al classico con sfumature speziate e botaniche e soprattutto con un attaccamento al territorio e agli ingredienti a km 0. «Fonte Margherita punta a proporre bevande analcoliche in vetro che promuovano socializzazione senza ricorrere all'utilizzo di alcol», spiega **Samira De Solda**, sales account di Fonte Margherita. «Da azienda veneta, nei mesi passati abbiamo lanciato lo Spritz Zero, coniando lo slogan "Zero alcol, Zero solitudine". Nella patria dello Spritz alcolico abbiamo proposto una nuova bevanda realizzata con acqua minerale di alta qualità, quella delle Piccole Dolomiti, zuccheri della frutta e aromi naturali. Una forte scommessa che, accanto alla soste- ➡

nibilità ambientale e sociale, vede la non-alcoholic mission come uno dei nostri valori. Accanto allo Spritz Zero, Fonte Margherita ha una linea completa di sette bevande analcoliche, tutte rigorosamente in bottiglie di vetro, realizzate con acqua minerale della sorgente Camonda, aromi naturali e solo zuccheri della frutta. Bevande analcoliche e Spritz Zero che molti locali del fuori casa utilizzano anche per i loro cocktail allo scopo di valorizzare una filiera naturale e di qualità».

Attenzione al ghiaccio, può modificare il gusto delle bevande!

L'importanza dell'acqua di qualità nei cocktail e nella mixology è fondamentale, come altrettanto importante è l'impiego del ghiaccio, che può nettamente modificare il gusto delle bevande. Su questo punto Cedea è al passo con i tempi: «Il futuro è basato su atmosfere naturali e salutistiche - dice **Monica Menozzi**, direttore operativo di Cedea - tutto ciò che è riconducibile ad un circuito virtuoso di attenzione e tutela verso il prodotto naturale è destinato a crescere. In Cedea abbiamo notato però che nel mondo della mixology ci si dimentica spesso della qualità di quello che viene aggiunto senza o con poco controllo, ma che è ingrediente fondamentale nella preparazione dei cocktail: il ghiaccio. Noi questo problema ce lo siamo posti e abbiamo realizzato un nuovo prodotto: Cedea Mineral Ice Cubes. E con la visione di un'estate di mixology healthy e naturale a maggior ragione l'uso di ghiaccio di qualità diventerà una attenzione necessaria».

Bicchieri alla moda ma rispettosi dell'ambiente

E se il ghiaccio, come abbiamo detto, è fondamentale, è bene non dimenticare anche i bicchieri, che si orientano sempre di più alla salvaguardia dell'ambiente: «La pandemia ci ha aiutato a capire molte cose -spiega Danny del Monaco - e ad essere maggiormente consapevoli. Per quanto riguarda le mie attività, l'obiettivo è di arrivare ad un calo del 100% dell'uso della plastica. Utilizziamo bicchieri in carta biodegradabile al 100% e all'evenienza farò applicare i nostri loghi e la scritta "rispetto per l'ambiente", le cannucce sono già dallo scorso anno sempre in carta biodegradabile e quest'anno proverò a non esporle per nulla sopra il bancone del bar. Altra cosa, noi usiamo solo bicchieri senza piombo (viene scritto anche nella carta dei cocktail), tra i miei preferiti quelli della linea Tattoo di RCR Cristalleria Italiana. L'importanza del Made in Italy soprattutto in questo periodo è fondamentale: il mio consiglio è di utilizzare prodotti del territorio o comunque a marchio prettamente italiano».

Cocktail creativi, da preparare anche a casa

Ed ora che abbiamo tutti gli advice necessari su tendenze, bicchieri e ghiaccio, mettiamoci alla prova creando il nostro healty cocktail a casa, grazie ai preziosi suggerimenti di **Cinzia Ferro**, regina della mixology e titolare dell'Estremadura Cafè a Verbania, vincitrice per ben due volte (nel 2013 e nel 2019) del sondaggio "Personaggio dell'anno" di Italia a Tavola, nella categoria Barman. «Ho sempre creduto moltissimo - racconta - nel no alcol e nei cocktail analcolici, tanto che la nostra lista drink ne ha veramente moltissimi. Sono drink che permettono di essere bevuti a qualsiasi ora, li possono bere tutti. Con l'analcolico si può fare davvero tanto e va in compensazione a tutto il resto del lavoro. Lavoriamo molto con la frutta fresca e le spezie. Tendenzialmente prediligo la territorialità e ci tengo a sottolinearlo. Come tendenza, da tempo spopola lo zenzero, anche

se andiamo fuori dal discorso del territorio. È però un ingrediente molto richiesto. Per l'uso domestico consiglio anche gli sciroppi Fabbri 1905, molto naturali, con grande attenzione alla presenza del frutto e soprattutto senza coloranti, da mixare ad estratti, centrifughe o succhi di frutta: il risultato è ottimo».

Di seguito, due divertenti preparazioni da fare a casa proposte da Cinzia Ferro.

- **HEALTY DRINK**: 4 cl estratto di sedano, 4 cl succo di mirtillo, 1,5 cl sciroppo di amarena, 4 cl acqua tonica, profumare il bicchiere con dell'origano fresco.
- **EXOTIC DRINK**: 4 cl acqua di cocco, 4 cl centrifuga di ananas, 1,5 cl sciroppo di orzata, 3 cl succo di papaya.

«Per entrambe le preparazioni è bene guarnire i bicchieri con erbe fini come una foglia di basilico o l'origano fresco che rilascia delle note sublimi. Inoltre, si possono usare fiori eduli come i garofanini, le rose (solo alcuni tipi), le violette, le begonie, i fiori della camomilla... L'importante è che siano fiori commestibili. Per profumare i drink, infine, utilizzate le scorze degli agrumi, che vanno tagliate a spirale e spruzzate sul bicchiere (dalla seconda spruzzata in poi, perché la prima risulta amara)».

Per la stagione estiva il trend è orientato a bevande originali, come i classici rivisitati. Ci sarà un ritorno ai vecchi sapori come la cedrata e il chinotto. Immancabile l'acqua tonica, in tante nuove varianti. Per quanto riguarda i sentori olfattivi si tenderà a ricercare profumi d'oriente, come rabarbaro e tè verde

Quest'estate si prospetta quindi ricca di sapori all'insegna della ripartenza e della spensieratezza, con mix esotici, orientali, ma anche classici, senza tralasciare il bere moderato e il bere healty, con tanta voglia di stare insieme e respirare un po' di tanto agognata libertà. cod 75795

SAN BENEDETTO MILLENNIUM WATER
L'ACQUA PER L'ALTA RISTORAZIONE

Antica Fonte della Salute - Millennium Water è un'acqua minerale preziosa che ha origine da una falda acquifera millenaria situata a 236 metri di profondità, preservata da oltre 5mila anni e rimasta incontaminata fino ai giorni nostri. Per secoli ha compiuto il suo lento cammino fra le rocce, depurandosi e arricchendosi di minerali preziosi. Questo lento scorrere dona un'acqua minerale pura con un valore di nitrati inferiore allo 0,0001%: un'essenzialità che solo la complessa architettura della natura poteva raggiungere.

Acqua minerale dalla purezza millenaria, dedicata all'alta ristorazione. Novità: un web-magazine con contenuti premium che ripercorre i valori di San Benedetto e abbraccia target differenti

San Benedetto dedica questa referenza ai suoi clienti dell'alta ristorazione più attenti e sempre alla ricerca di prodotti esclusivi e qualitativamente unici. Per farlo ha realizzato le bottiglie in vetro da 0,65 l e 0,33 l, dalle forme morbide e sinuose, in cui ogni minimo dettaglio è curato per esaltare la sua raffinatezza. Il colore delle etichette contraddistingue i due gusti: silver per la naturale e nera per la frizzante. Ulteriori e preziosi dettagli di stile sono la rondine, storico simbolo iconografico di San Benedetto, in rilievo sul tappo a vite, e il logo "Antica Fonte della Salute" sul fondo della bottiglia.

Oltre alla linea in vetro è disponibile anche una linea in Pet (nei formati da 0,40 l e 0,25 l) e la lattina sleek "single-serve" da 0,25 l: un gioiello di piacere ed estetica dal design elegante e glamour; una proposta decisamente smart e pratica, oltre ad essere riciclabile al 100%.

Negli ultimi anni San Benedetto ha visto crescere in maniera esponenziale il successo della sua linea di prodotti rivolti alla ristorazione: da qui è nato il progetto **www.sanbenedettofoodexcellence.com**, una vera e propria finestra del Made in Italy sul mondo. Cuore del progetto è il web-magazine, un hub di contenuti premium che, attraverso le due rubriche "Sapori" e "Borghi" ripercorre i valori di San Benedetto e abbraccia target differenti con sezioni dedicate alla cucina e ai borghi più suggestivi d'Italia.

cod 75409

Acqua Minerale San Benedetto
viale Kennedy 65 - 30037 Scorzè (Ve)
Tel 800 544555
www.sanbenedetto.it

FILTRI BRITA

PIÙ SICUREZZA E MENO SPRECHI

Un'acqua di qualità è alla base di eccellenti pietanze e contribuisce a cucinare al meglio prodotti da forno, pesce, carne e verdure. Con i filtri professionali Brita per la panificazione e la ristorazione i risultati sono assicurati tanto per la cottura in forni a vapore e tradizionali, quanto per la protezione delle apparecchiature dal calcare. I filtri Brita sono inoltre equipaggiati di una valvola di miscelazione dotata dell'innovativa tecnologia IntelliBypass che determina una qualità costante dell'acqua per tutta la durata del filtro, con la possibilità di regolare la percentuale di bypass per i sistemi di iniezione diretta o a caldaia. Infine, le soluzioni filtranti Brita comportano un ridotto consumo d'acqua senza scarti e, quindi, senza sprechi.

I filtri Purity C Steam sono ideati appositamente per forni a vapore e forni tradizionali di piccole e medie dimensioni; riducono la durezza dell'acqua potabile. Questa tecnologia:

- previene la formazione di calcare;
- preserva la funzionalità di forni combinati a vapore o di forni a convezione;
- interventi di manutenzione minimizzati;
- trattiene gli ioni metallici (come il piombo e il rame) e il cloro contenuti nell'acqua, a tutela della qualità e del gusto delle pietanze e dei prodotti di panificazione.

I filtri Purity Steam sono la soluzione di trattamento acqua ideale per i maggiori carichi di lavoro in panetteria e gastronomia. Sono ideati appositamente per forni a vapore e forni tradizionali di maggiori dimensioni, grazie alla notevole portata e capacità. Queste le loro caratteristiche:

- riducono la durezza dell'acqua prevenendo la formazione di calcare;
- garantiscono la funzionalità dei forni e la qualità degli alimenti;
- il contalitri integrato consente di tenere sotto controllo l'esaurimento del filtro;
- possibile programmazione della sostituzione e ottimizzazione degli interventi di manutenzione.

La semplicità di installazione e manutenzione rendono questi sistemi la soluzione ideale per ogni laboratorio di panetteria, pasticceria e gastronomia. cod 75654

Brita Italia
via Zanica 19K - 24050 Grassobbio (Bg) - Tel 800 145979
www.brita.it

GROSJEAN
GRANDS VINS DE MONTAGNE
Dal 1968

VINS
GROSJEAN

BIRRA MORETTI FILTRATA A FREDDO
INNOVAZIONE DI GUSTO E PROCESSO

Una birra da condividere, con una bottiglia rivoluzionaria, che parla di naturalezza sono le caretteristiche principali di Birra Moretti Filtrata a Freddo. La lager dal moderato tasso alcolico (4,3%) rm,pe gli schemi del passato e punta dritta al mercato del consumo casalingo. Con colore brillante e luminoso, e un gusto fine, fragrante, delicatamente aromatico e notevolmente rinfrescante, la nuova referenza di Birra Moretti (disponibile nel formato da 55 cl per la grande distribuzione e da 30 cl per il fuori casa) è un crogiolo di innovazioni che rinnovano la storia lunga 160 anni dell'etichetta. A partire dal design: una bottiglia di vetro trasparente flint (che permette lo stesso grado di protezione dai raggi UV di una bottiglia verde) con un'etichetta cha avvolge il prodotto, pensata per raccontare tutte le caratteristiche di questa birra.

Il processo di filtrazione a freddo

L'altra grande innovazione è il processo di filtrazione a freddo (mutuato dal settore olivario e diffuso anche nel mondo dl caffè), grazie al quale la birra viene portata fino a -1° prima di passare il filtro, per esaltarne al meglio le caratteristiche. La temperatura, infatti, è un agente importante, responsabile della "pulizia" della birra sia nella fase di maturazione che di filtrazione.

Fra gusto e abbinamenti

Birra Moretti Filtrata a Freddo prevede l'utilizzo di due luppoli differenti. Da una parte un luppolo, aggiunto ad inizio bollitura per regalare a questa birra un'amarezza delicata e dall'altra, un luppolo ricco di oli essenziali, inserito a fine bollitura per donare una profumazione particolarmente floreale. Se al naso ha una grande aromaticità e freschezza, nella quale si percepiscono eleganti note erbacee e di fiori bianchi, al palato è morbida e piena, con una delicata nota amara che dona equilibrio e profondità gustativa. Ideale quindi da abbinare con paste con sughi bianchi a base di pesce e verdure, insalate mediterranee (con pollo, uova, tonno, ecc.), focacce con formaggi a pasta morbida, quindi piatti che siano saporiti ma non troppo intensi. cod 75819

CAFFÈ, INGREDIENTE VERSATILE IN PIATTI SIA DOLCI CHE SALATI

di ***Vincenzo D'Antonio***

Esiste un confine tra caffè espresso e tutte le altre sembianze del caffè? Proviamo, commettendo cosciente errore metodologico (non si afferma per negazione!) a rispondere così: "il caffè espresso è quel liquido nero che si beve in tazza e tutto quanto è differente da ciò è caffè non espresso". Insomma, detta ai valicati limiti di forzatura grossolana! Ma ciò sopravviene utile ai fini di una conversazione sugli utilizzi del caffè esterni alla destinazione, in Italia ampiamente vocata, del caffè espresso.

Ed eccoci ad una commutazione di sembianza e conseguentemente di uso, resa possibile dal fatto che il caffè, sia liquido che in polvere, è molto versatile e funge da ingrediente per realizzare squisite ricette sia dolci che salate. Possiamo scoprire che l'utilizzo del caffè di qualità, stante quel gioioso guizzo creativo che al bravo chef mai manca, agevola la preparazione di ottimi piatti.

Tostatura minore per il caffè destinato all'utilizzo in cucina

Il caffè, che sia usato liquido oppure in polvere, ha sapore intenso, pertanto è importante bilanciarlo con molta attenzione quando lo si aggrega ad altri ingredienti, altrimenti è alto il rischio di rovinare il sapore del piatto. La tostatura deve essere già pensata per l'utilizzo in cucina, ovvero deve essere minore rispetto a quella destinata ai bar per ottenere l'espresso. Il caffè meno tostato è

Vincenzo Guarino

più acido e quindi più adatto a piatti particolarmente sostanziosi, come potrebbero essere quelli a base di maiale e carni rosse. Intriganti e da scoprire gli utilizzi con lo speck e con i pesci affumicati. E dell'utilizzo senza limiti del caffè nei dolci non c'è nemmeno bisogno di parlarne. Basti pensare ad una sola, semplice parola: tiramisù!

Ingrediente straordinario per salse e paste fresche

Lo chef stellato **Vincenzo Guarino** ci ha raccontato di quanto sia versatile il caffè in cucina. Vincenzo, in coincidenza con il periodo pandemico, si è saggiamente ritagliato un periodo sabbatico che, come da migliore tradizione, sta adoperando un po' per riposarsi e molto per continuare a formarsi, ben consapevole del fatto che il sapere che non cresce di giorno in giorno, decresce di giorno in giorno. Molto attraente quanto ci racconta a proposito del caffè: «Il caffè Io utilizzo in cucina spesso sia nelle salse sia nelle paste fresche. Ormai un mio signature dish sono le pappardelle al caffè arabico con asparagi, ragù di cinghiale e Pecorino di Fossa di ➡

Hausbrandt Tiramisù con mousse al caffè

Ricetta tratta dal Ricettario Hausbrandt - Coppetta (225 ml)

Ingredienti: 1 espresso Hausbrandt ristretto, 1 savoiardo, 80 ml di crema fredda al caffè, 10 g di cacao in polvere

Preparazione: tagliare il savoiardo in 4 pezzi. Versare nel bicchiere un po' di mousse al caffè. Adagiare 3 pezzi di savoiardo. Irrorare i pezzi di savoiardo con l'espresso ristretto. Coprire con la mousse al caffè. Spolverare con il cacao in polvere. Decorare con il pezzo di savoiardo rimanente.

Per la mousse al caffè con il sifone montapanna:

Ingredienti: 350 ml di panna liquida, 30 ml di zucchero liquido, 70 ml di latte freddo, 2 espressi normali

Preparazione: mettere gli ingredienti nel sifone seguendo l'ordine della lista, chiudere, agitare e aggiungere il gas. La mousse così ottenuta deve essere utilizzata e conservata in frigo per non più di 3 giorni.

Sogliano Dop. Lo adopero in salsa con due secondi che hanno entrambi molto successo: il maialino da latte e l'anatra ai cinque pepi orientali, chutney di pera, spinaci».

A Guarino chiediamo inoltre un consiglio sulla varietà di caffè da usare in cucina: «Sebbene l'Arabica sia la più diffusa, per un uso in cucina va forse addirittura meglio, per certe preparazioni, la varietà Robusta, una varietà più amara e povera di oli, che conferirà caratteristiche aromatiche più nette e marcate ai piatti».

Il cuoco francese Denny Imbroisi prepara i tagliolini con i fondi di caffè, a cui aggiunge come salsa una spuma di mandarino. Un suo secondo mitico è la guancia di vitello brasata al caffè con kumquat e germogli di shiso.

Lo chef Andrea Ribaldone tempo fa serviva formaggi dove il caffè era stato aggiunto al caglio. Magari va già bene anche una spolverata di caffè macinato, bilanciando la nota intensa e amara con una goccia di miele, su formaggi semi-stagionati.

Caffè di alta qualità per la ristorazione

Che di caffè di alta qualità debba trattarsi, affinché l'uso in cucina dia risultati pregevoli, si è già detto e probabilmente si è detto l'ovvio! La corporate

Pain au chocolat

Pasta dei croissant

Ingredienti: 1200 g farina, 160 g zucchero, 24 g sale, 58 g lievito di birra, 6 g malto, 140 g burro, 50 g uova, 196 g acqua, 416 g latte, 1 Bacca di vaniglia

Preparazione: impastare tutti gli ingredienti tranne il burro. A metà impastamento aggiungere il burro. Far riposare l'impasto in massa per 10 minuti. Spezzare l'impasto e far riposare 10 minuti. Abbattere per 15 minuti e conservare a +4 gradi. Sfogliare con il 30% di burro sul peso dell'impasto. Fare riposare 45 minuti in congelatore.

Pasta bicolore marrone

Ingredienti: 170 g pasta croissant, 20 g cacao, 30 g acqua

Preparazione: impastare tutto assieme

Stecche al caffè e caramello salato

Per la versione al caffè:

Ingredienti:200 g cioccolato fondente, 30 g caffè concentrato

Preparazione: unire gli ingredienti e dressare.

Per la versione al caramello salato:

Ingredienti: 35 g zucchero, 35 g Panna, 50 g Concentrato caffè Julius Meinl, 2,5 g sale, 1 g Gellan

Preparazione: fare un mou con zucchero e panna. Aggiungere gli altri ingredienti e riportare a bollore. Dressare e abbattere.

Preparazione e cottura

Ingredienti: 770 g pasta croissant, 110 g pasta bicolore marrone, 20 pezzi stecche caffè o caramello salato

Preparazione: sovrapporre la pasta bicolore alla pasta croissant e laminare. Tagliare dei rettangoli 8x17cm, praticare delle incisioni verticali e formare i pain au chocolat. Far lievitare 2 ore a 29 gradi. Cottura 195 gradi per 16 minuti. All'uscita dal forno lucidare con sciroppo.

Julius Meinl si colloca tra i primi tre marchi di caffè nella categoria della gastronomia premium in oltre 40 Paesi. Interessanti e utili, al riguardo, le considerazioni di **Andreea Postolache**, marketing manager & sales regional manager Northwest di Julius Meinl Italia: «Che si tratti di bar, ristoranti, hotel o pasticcerie, Julius Meinl sviluppa concept speciali che si adattano alle diverse esigenze dei clienti, sia per quanto riguarda il servizio che per i prodotti (caffè e tè) di alta gastronomia. Le miscele The Originals, in particolare, racchiudono in sé le storie di contadini, torrefattori, baristi e chef di tutto il mondo e sono perfette per chi vuole utilizzare un grande prodotto non soltanto in estrazione come espresso, ma anche come ingrediente per ricette uniche».

«Un esempio - prosegue Postolache - è offerto dalla creatività dello chef Cristiano Tomei, che presenta il caffè come condimento per una salsa speciale o come aroma di cottura per la brace; o dalla giovane pastry chef Isabella Potì, che utilizza la nuova monorigine in piccoli lotti provenienti dal Vietnam e invecchiati in botti di Whisky per aromatizzare le sue tarte e crostate monodose dal taglio contemporaneo. The Originals Vietnam Whisky Barrel Arabica è inoltre un caffè rispettoso e attento alla salvaguardia dell'ambiente e del suo territorio d'origine: per ogni pacchetto venduto, Julius Meinl dona infatti 1 euro al WWF Vietnam per sostenere il bufalo d'acqua e la biodiversità nella regione».

Rito dell'espresso italiano candidato a diventare Patrimonio Unesco

Si diceva in apertura della distinzione tra caffè espresso e "non". Orbene, acclarato che gli utilizzi prevalenti in cucina sono del "non", ci piace pure riportare la notizia recente della candidatura del Rito del caffè espresso italiano a Patrimonio immateriale dell'Umanità Unesco.

Il gruppo di lavoro Unesco del ministero delle Politiche agricole, di cui è ministro Stefano Patuanelli, ha espresso all'unanimità parere favorevole all'iscrizione del Rito (Arte) del caffè espresso italiano nell'Inventario nazionale del patrimonio agroalimentare italiano. Una buona notizia in vista della valutazione della Commissione nazionale Unesco, step decisivo nell'iter di candidatura. Sarebbe un riconoscimento che valorizza un patrimonio di tutti gli italiani, questo Rito del caffè espresso, che purtroppo è stato colpito nella sua quotidianità dalla terribile pandemia che stiamo vivendo. Tornare al bar a prenderci il nostro caffè espresso è la scommessa che tutti insieme vinceremo! cod 75856

Hausbrandt Menta Espresso

Ricetta tratta dal Ricettario Hausbrandt
Bicchiere: Caffeino (75 ml).

Ingredienti: 1 espresso Hausbrandt ristretto, 80 ml di panna montata alla menta, scaglie di cioccolato, foglia di menta

Preparazione: erogare l'espresso direttamente nel bicchiere, aggiungere la panna montata alla menta, decorare con le scaglie di cioccolato e la foglia di menta.

Per la panna montata alla menta con il sifone montapanna:

Ingredienti: 500 ml di panna liquida, 20 ml di sciroppo alla menta

Preparazione: versare gli ingredienti nel sifone, chiudere il tappo, agitare, aggiungere il gas, agitare di nuovo. La mousse così ottenuta deve essere utilizzata e conservata in frigo per non più di due giorni.

Da Ernst Knam a Lucca Cantarin a Umberto De Martino, ormai tutti i cuochi e pasticceri utilizzano il caffè per dare quel tocco in più ai piatti e ai dessert. È un gusto che riesce sempre a sorprendere

AROMI E SAPORI DEL CAFFÈ DANNO UNA MARCIA IN PIÙ IN CUCINA

di *Giorgio Lazzari*

Caffè in chicchi, in polvere o liofilizzato. Sono infiniti gli utilizzi di un ingrediente troppo spesso sottovalutato, ma capace di stupire i commensali a fine pasto. E non solo sotto forma di espresso in tazzina. Negli ultimi anni la qualità del caffè si è fatta più ricercata e i consumatori sono sempre alla ricerca di prodotti innovativi dal blend unico e inconfondibile. Se nei dolci ha sempre predominato l'utilizzo del cioccolato, negli ultimi tempi è aumentata anche la presenza del caffè, uno degli ingredienti più amati dagli italiani. Grazie ad esso l'aroma e i sapori dei piatti vengono spesso esaltati e, in base alla provenienza, l'ingrediente può fornire note esotiche o più decise e speziate.

Il principe dei dolci realizzato a base di caffè è senza dubbio il tiramisù, ma il suo utilizzo è cresciuto molto negli ultimi tempi sia tra i cuochi che tra i pasticcieri. «Per me il caffè è un ingrediente che non può mancare in nessuna pasticceria», commenta **Ernst Knam**, chef e pasticcere, volto noto della televisione e vincitore per tre volte (nel 2016, nel 2017 e nel 2020) del sondaggio Personaggio dell'anno Premio Italia a Tavola. «La sua corposità ed aroma danno un tocco inconfondibile ad ogni dolce. Il caffè si sposa perfettamente con il cioccolato, ma anche con nocciole e frutta esotica ha una marcia in più. Tra le mie creazioni la Mokaccina è una torta must, che

nasce dal mio desiderio di abbinare il cioccolato fondente, il mio preferito, all'aroma del caffè. Sono consapevole del fatto che, spesso, non tutti amano il suo gusto amarognolo e per questo ho deciso di abbinarvi anche una ganache al cioccolato bianco. La combinazione di queste due tipologie di cioccolato con il caffè dà vita ad un accostamento a dir poco sublime. La caratteristica principale della torta Mokaccina, oltre al sapore inconfondibile, è la decorazione realizzata con la tecnica a ragnatela». ➡

Caffè corretto

Ricetta di Umberto De Martino, Ristorante Umberto De Martino - Florian Maison Resort di San Paolo d'Argon (Bg)

Ingredienti per la base di pasta frolla: 500 g Farina 00, 250 g burro, 150 g Farina di mandorle, 250 g zucchero a velo, 120 g uova, 5 g sale, zeste di ½ limone, zeste di ½ arancia.
Mescolare in planetaria tutti gli ingredienti lavorandoli poco. Far riposare in frigo per almeno 30 min. Stendere la frolla a uno spessore di 2 mm e, con un coppapasta del diametro di 16 mm, coppare dei cerchi. Coppare a sua volta l'interno del disco ottenuto, con coppapasta di diametro più piccolo. Abbattere i cerchi di frolla e successivamente cuocerli a 185 °C per circa 12 minuti.
Per le sfere di cioccolato: 250 ml latte, 12 g glucosio, 10 g gelatina, 370 gcioccolato Opalys, 50 ml Sambuca, 500 g panna.
Preparare la mousse al cioccolato bianco riscaldando il latte con il glucosio, poi aggiungere la gelatina precedentemente idratata e versare il composto sul cioccolato leggermente fuso. Unire la sambuca e mixare. Incorporare a mano la panna semi montata. Colare la mousse negli stampi a sfera e abbattere.
Per il cremoso: 500 g panna, 500 ml latte 500, 60 ml caffè espresso, 30 g chicchi di caffè, 200 g tuorli, 100 g zucchero, 20 g gelatina in fogli, 500 g cioccolato bianco.
Riscaldare la panna con il latte e il caffè espresso. Aggiungere i chicchi di caffè e lasciarli in infusione per 30 minuti. Filtrare il liquido ottenuto e portare quasi a bollore. Amalgamare i tuorli con lo zucchero e versarvi sopra il liquido caldo, continuando a mescolare fino ad ottenere una crema inglese della temperatura di 82 °C. Idratare la gelatina in acqua fredda, unirla alla crema e versarla sul cioccolato. Far riposare il cremoso qualche ora.
Per il caviale: Olio di semi q.b., 60ml caffè espresso, 40 g Sambuca, ½ cucchiaio di zucchero, 1.5 g agar agar.

Mettere l'olio di semi in un contenitore capiente e lasciarlo raffreddare bene in abbattitore o in freezer. In un pentolino, unire il caffè, la sambuca, lo zucchero e mettere sul fuoco. Aggiungere l'agar agar e portare a ebollizione per qualche secondo. Versare il composto ottenuto in un biberon e far cadere delle gocce nell'olio freddo. Scolare le palline di caviale e passarle delicatamente sotto l'acqua corrente per togliere l'eccesso d'olio.
Per la granita: 250 ml acqua, 150 ml caffè, 100 g zucchero.
Fare uno sciroppo con acqua e zucchero e lasciar intiepidire, aggiungere il caffè e versare in un contenitore. Mettere in congelatore avendo cura di girare ogni 30 minuti per due ore.
Per la finitura: 1 caffè espresso.
All'interno di una fondina mettere due cucchiai di granita e appoggiare sopra il disco di frolla. Adagiare in uno dei solchi creati sulla frolla la sfera alla sambuca decorata con cremoso al caffè e un cucchiaino di caviale al caffè. Prima della degustazione, versare il caffè espresso sulla granita, facendolo passare da un altro dei fori creati sul disco di frolla.

Andrea Besuschio, proprietario dell'omonima pasticceria di Abbiategrasso (Mi), giunta alla quinta generazione, valorizza l'ingrediente caffè nelle diverse preparazioni: «Utilizziamo in particolare l'Arabica in polvere sia per i dolci da forno che per le torte moderne a base di mousse e gelatina con infusione di caffè, ma usiamo anche il caffè bianco, ricavato grazie ad un'infusione ottenuta scaldando i chicchi di caffè a 100 gradi, uniti successivamente alla panna a 40 gradi dove estraiamo la parte aromatica del caffè».

Il caffè è cultura

La pasticceria Marisa di San Giorgio delle Pertiche, in provincia di Padova, alla terza generazione di gelatieri, capitanata da **Lucca Cantarin**, maestro pasticciere AMPI, che da 20 anni ha introdotto anche la pasticceria: «A volte si parla del caffè come fosse un tabù. Se parliamo di caffè liofilizzato è spesso sinonimo di una qualità che lascia a desiderare, con gusti acidi e quasi chimici. Noi usiamo il caffè in parecchie preparazioni, intero

Mokaccina

Ricetta di Ernst Knam

Ingredienti per la pasta frolla al cioccolato: 150 g di burro, 150 g di zucchero semolato, 1 uovo grande, 1 g di vaniglia, 6 g di lievito in polvere, 270 g di farina 00, 30 g di cacao in polvere, un pizzico di sale.

Preparazione

Lavorare bene a mano il burro tagliato a pezzetti insieme allo zucchero, quindi aggiungere l'uovo, il sale e un pizzico di vaniglia. Impastare bene fino a ottenere un composto omogeneo. Unire il lievito e la farina, setacciati insieme, e il cacao; quindi impastare bene il tutto fino a ottenere un impasto omogeneo e compatto. Formare una palla e avvolgerla nella pellicola trasparente; quindi lasciarla riposare in frigorifero. Stendere la frolla a 3 mm e foderare lo stampo.

Crema al cioccolato

Ingredienti per la crema pasticcera: 250 ml di latte intero, 5 g di vaniglia Tahiti, 75 g di tuorli, 50 g di zucchero semolato, 15 g di amido di mais, 8 g di amido di riso.

Preparazione

Versare il latte in una casseruola, aggiungere la polpa e la stecca di Vaniglia Tahiti tagliata a metà in senso longitudinale, mescolare e mettere sul fuoco a scaldare. Intanto, mettere in una ciotola ampia i tuorli leggermente sbattuti con lo zucchero e aggiungere le farine setacciate lavorando ancora. Stemperare il composto con un po' di latte caldo e lavorarlo con la frusta.

Quando il latte bolle aggiungere il composto di uova e farina. Fare cuocere per circa 3 minuti, continuando a mescolare bene con la frusta per evitare che si formino grumi.

Ingredienti per la ganache al cioccolato fondente: 200 ml di panna fresca, 250 g di cioccolato fondente 60%.

Preparazione

Portare a bollore la panna in un pentolino e versarvi il cioccolato tritato o in pastiglie, amalgamare con una frusta sino a quando la ganache non sarà del tutto emulsionata.

Ingredienti: 30 caffè solubile.

Preparazione

Con una frusta mescolare crema pasticcera con ganache al cioccolato e 30 grammi di caffè solubile e per ottenere una crema liscia e cremosa. Riempire lo stampo a ¾ e cuocere a 175°C per circa 35 min. Raffreddare velocemente.

Assemblaggio

Ingredienti per la Ganache al cioccolato bianco: 100 g di panna fresca, 200 g di cioccolato bianco

Preparazione

Portare a bollore la panna in un pentolino e versarvi il cioccolato tritato o in pastiglie, amalgamare con una frusta sino a quando la ganache non sarà del tutto emulsionata. Versare la ganache bianca sopra la torta e con un cornetto di carta pieno di ganache al cioccolato fondente e uno stuzzicadenti formare il disegno. Mettere in frigo per rassodare.

ma anche molto come infusione a freddo dove estraiamo la componente aromatica scaldando il chicco a 140 gradi e lavorando sulle componenti enzimatiche. Mettiamo il prodotto una notte sottovuoto in una base grassa dove si aggrappano gli aromi e poi lo portiamo per 12 ore a +4 gradi, per poi congelarlo per 24 ore. Il caffè bianco stupisce perché non ha l'aspetto caratteristico e il cliente rimane straniato. Stessa cosa avviene con le ganache per i macaron».

Per **Andrea Bonati**, presidente del Capab, il Consorzio degli artigiani e pasticcieri bergamaschi, il caffè dà molta soddisfazione al palato degli intenditori: «Si tratta sicuramente di uno degli elementi complementari che vanno a chiudere le proposte in pasticceria. È fondamentale l'utilizzo di prodotti selezionati, sia per il classico tiramisù che per le altre preparazioni e per il gelato da pasticceria, un gusto molto richiesto. Il vantaggio nell'utilizzo del caffè deriva innanzitutto da una situazione culturale. In Italia siamo abituati a bere buoni prodotti che danno parecchia soddisfazione al palato del cliente. Il gusto è soggettivo e ci sono clienti che vogliono qualcosa di più deciso, mentre altri preferiscono sentire l'aroma in maniera più delicata. Teniamo presente che il caffè va trattato con molto rispetto, perché è alto il rischio di rovinare un buon caffè utilizzandolo in una ricetta che non gli dà risalto. Fra le nostre ricette c'è il Diamantino al caffè, che utilizza l'ingrediente sia in forma liquida che solida».

Ingrediente dalle infinite possibilità

Silvia Di Sopra, dopo aver girato mezzo mondo, nel 2017 ha aperto una pasticceria a Birmingham e dopo soli sei mesi Elidor Patisserie si è aggiudicata il prestigioso Great Taste Award ed è stata premiata anche dalla BBC: «L'utilizzo del cioccolato è sicuramente interessante», afferma Silvia, che ha aperto anche una pasticceria nel centro di Bergamo. «Al di là del classicissimo tiramisù c'è una ricetta che faccio volentieri, il Tortino con cuore morbido al caffè. In questo caso, con un buon cioccolato al 70% sta bene anche una varietà di caffè speziato, come ad esempio un etiope, ma anche una classica Arabica si abbina benissimo. Se ci soffermiamo sul caffè, non è difficile immaginare che grazie alla grande varietà di aromi, abbia infinite possibilità di accostamento e utilizzo, soprattutto in pasticceria, ma non solo. Si può spaziare dagli accostamenti più classici di caffè e cioccolato, frutta secca e creme a base d'uovo, ai più arditi con frutti di bosco o spezie. In ognuno dei casi bisognerà fare attenzione nella scelta del caffè e nella dosatura. Ricordiamoci che in cucina l'equilibrio è fondamentale».

In pasticceria non mancano ricette complesse, per esempio con caffè sotto forma di "caviale". **Umberto De Martino**, dell'omonimo ristorante stellato all'interno del relais Florian Maison di San Paolo d'Argon (Bg), ha pensato ad un dessert dal nome semplice, Caffè corretto, che viene costruito sulle sensazioni di personalità del caffè, capace di restituirci note tostate, affumicate, dolci e speziate. Nella pratica si tratta di una preparazione complessa, che richiede più di 2 ore e mezza di lavoro. Su una base di pasta frolla viene posta una sfera di cioccolato con panna e sambuca. Successivamente viene aggiunto un cremoso ottenuto dall'infusione dei chicchi di caffè per almeno 30 minuti. L'utilizzo del caffè prosegue nella decorazione del dolce, che visivamente si presenta con palline di "caviale" ottenute facendo cadere gocce del composto nell'olio freddo. Ma il caffè può essere utilizzato anche per la granita di decorazione, sulla quale viene versato il classico caffè espresso. cod 75933

Diamantini al caffè senza glutine

Ricetta di Andrea Bonati, presidente Consorzio artigiani pasticceri bergamaschi

Ingredienti: 500 g di farina di riso, 450 g di burro tradizionale, 250 g di zucchero a velo, 60 g di cacao in polvere, 40 g di tuorlo d'uovo in brik, 25 g di misto d'uovo in brik, caffe espresso 100% Arabica q.b.

Preparazione

Sabbiare la farina con il burro: ovvero inserire in planetaria farina con il caffè e il cacao e mescolare con l'attrezzo "foglia". Unire lo zucchero e continuare la lavorazione. Terminare con uova e tuorlo inserite a filo in planetaria.

Lasciare riposare in frigorifero per 2 ore. Formare dei filoncini di 4 cm di diametro. Passare i filoncini nello zucchero di canna miscelato con caffè in polvere. Mettere in freezer per 2 ore. Togliere e tagliare il diamantino all'altezza di meno di 1 cm. Cuocere a 190 gradi per 10/12 minuti circa.

GDO E RETAILER NEWS

Italia a Tavola prosegue nella valorizzazione dei prodotti e delle aziende che si rivolgono al canale della Grande distribuzione organizzata: novità, iniziative e progetti innovativi che rappresentano un motivo d'interesse per il consumatore finale

All'interno di questa sezione troverete il simbolo riportato qui sopra, che verrà sempre inserito a fianco dei prodotti, per tutte quelle aziende che vorranno avere un rimando diretto ai loro e-commerce e permettere così ai nostri lettori di acquistare in modo veloce e sicuro

Prodotti figli della melicoltura in Trentino Alto Adige, legati al territorio ma ora, con un nuovo logo e un nuovo posizionamento, guardano al mercato internazionale. Ideali per chi sceglie un'alimentazione sana

UN NUOVO LOOK PER LENI'S
SPREMUTE DI MELE BIO E DI QUALITÀ

Leni's è un brand che firma una linea di prodotti a base di mele coltivate esclusivamente in Trentino-Alto Adige e trasformate in gustosissime spremute di mele. Da mele perfette e freschissime, Leni's dà vita, attraverso delicati processi di spremitura, a succhi deliziosi, veri concentrati di benessere da consumare puri o diluiti, ideali per ogni momento della giornata.

Nel territorio incontaminato del Trentino-Alto Adige - dove il sole risplende 300 giorni l'anno, l'altitudine rende l'aria più frizzante e l'acqua di irrigazione sgorga direttamente dai ghiacciai perenni - si coltivano mele buone e croccanti, dalle guance rubiconde a dai profumi unici. Qui, da generazioni, i melicoltori le coltivano con dedizione e si affidano a saperi antichi che sanno integrare con le più moderne tecniche, animati sempre da un grande rispetto per l'ambiente e per la natura generosa in cui vivono.

È da queste mele che conosciamo tutti - come Mela Val Venosta, Marlene, Melinda e La Trentina - che VOG Products ha dato vita al marchio Leni's per rispondere alle esigenze di un mercato che richiede sempre più spesso prodotti

lavorati e porzionati, provenienti da materie prime al top e anche biologiche.

Leni's ha da poco compiuto un grande balzo in avanti con un nuovo logo ed un nuovo posizionamento. E lo ha fatto partendo dall'attitudine internazionale della zona di produzione vocata alla melicoltura, da cui provengono le mele per la trasformazione: il Trentino-Alto Adige, regione italiana ma allo stesso tempo al centro dell'Europa. Ecco, allora, la nuova grafica giocosa e moderna, il tono di voce fresco e giovane e un posizionamento ancora più alto. Ma soprattutto il nuovo linguaggio locale e globale, sintetizzato dall'innovativo e coraggioso playoff: "Leni's mele with Liebe" ovvero "Leni's mele con amore". Un concetto e un valore espressi in tre lingue, a testimonianza della vocazione internazionale del brand. Una scelta audace che testimonia la volontà di Leni's di crescere e di proiettarsi verso nuovi mercati, rimanendo però fedele al proprio territorio d'origine. Il rinnovamento, frutto di tanti mesi di lavoro e di studio, va ben oltre la nuova immagine perché, come spiega **Christoph Tappeiner**, direttore generale di VOG Products: «È stato un momento fondamentale, al pari del lancio su mercato di un nuovo prodotto».

«Il nuovo logo - sottolinea Tappeiner - racchiude i valori del marchio che fonda le sue radici sugli elevati standard di qualità e sicurezza, rintracciabili in tutta la filiera produttiva e nella passione per il nostro lavoro. I nostri valori rimangono, così come la nostra mission di partner sicuro e indispensabile».

Il nuovo logo ha un forte impatto visivo e si inserisce nella contemporaneità, facendo risaltare il prodotto sugli scaffali dei punti vendita. cod 75884

VOG Products - Leni's
A. Nobel 1 - 39055 Laives (Bz)
Tel 0471 592480 - 338 6848069
www.lenismele.it

LE NUOVE LINEE DI MADAMA OLIVA PORTANO FRESCHEZZA NEL FUORI CASA

Madama Oliva amplia la gamma con due linee di prodotto innovative dedicate alla grande distribuzione e al fuori casa: "Aperitop" e "Squeeze". Un nuovo modo di gustare il prodotto fresco, corredato da un packaging innovativo, ecosostenibile e accattivante per le nuove esigenze di consumo.

«Madama Oliva è leader di mercato nel canale ortofrutta della distribuzione moderna in Italia - sottolinea la marketing manager **Sabrina Mancini** - il nostro ruolo è quello di anticipare le esigenze del mercato. Proprio per questo abbiamo investito in ricerca e sviluppo e stiamo puntando anche a nuovi canali di vendita approcciandoli con la stessa modalità con cui da 30 anni operiamo nella Gdo italiana, cioè trasferendo cultura di prodotto e promuovendo l'aspetto qualitativo dello stesso».

Squeeze è una linea composta da 4 referenze a base di olive fresche e lupini ottimi come ingredienti per la cucina e già pronti per decorare aperitivi e antipasti. Innovativa la confezione, giovane ed ergonomica, studiata per facilitare l'utilizzo del prodotto. Le buste squeeze sono da 110 g con tappo a vite e vengono proposte nel reparto ortofrutta. Tra le caratteristiche di innovazione, oltre al tipo di pack, molto importante è l'abbattimento della plastica rispetto alle comuni vaschette. Novità nel mercato italiano è l'inserimento della versione hummus di lupini, che coniuga le virtù benefiche del legume ad una nuova ricetta sfiziosa, adatta a tutta la famiglia. Le versioni comprendono i gusti "patè di olive", "patè di olive piccante", "patè di olive e carciofi" e "hummus di lupini".

«La tendenza di mercato vede un calo delle salse tradizionali a vantaggio di un aumento dell'assortimento legato alle nuove tendenze, tra cui bio, light, vegan e tutto il filone "free from" - spiega Mancini - in tutto il mondo, l'aumento del numero di catene di fast food, dove le salse vengono utilizzate in cucina o presentate in monoporzioni, unito al cambio di abitudini della popolazione che sempre più consuma i pasti fuori casa, determinano un impatto positivo sull'aumento dei consumi nella ristorazione collettiva e nel settore snack. Proprio in questa ottica, Madama Oliva sta cercando di interpretare la nuova tendenza per cercare nuove opportunità di crescita ed espansione per tutto il mercato delle salse».

Per l'Italia l'obiettivo principale del 2020 è quello dell'ingresso in nuovi canali sempre più importanti per il consumo di prodotti di alta qualità: Horeca, fast food, autogrill, stazioni ferroviarie e aeroporti.

«Considerata la crescente necessità di mangiare fuori casa, nonostante il recente stop del coronavirus - spiega il direttore vendite **Glauco Parpaglioni** - abbiamo organizzato skills e competenze del nostro team per essere sempre più efficienti verso le richieste dei clienti e per affrontare un mercato sempre più complesso, competitivo e frammentato». cod 75886

Madama Oliva
Zona Ind. Località Recocce - 67061
Carsoli (Aq) - Tel 0863 995498
www.madamaoliva.it

«ALEXA, FAMMI UN ESPRESSO» DA AMAZON E LAVAZZA ECCO "VOICY"

L'espresso italiano diventa smart. Amazon e Lavazza presentano l'innovativa macchina per il caffè Lavazza A Modo Mio Voicy, disponibile su Amazon.it, sullo store online di Lavazza e presso le principali insegne retail. Grazie alla nuova Lavazza A Modo Mio Voicy, la prima macchina per il caffè al mondo con Alexa integrata, è possibile chiedere all'assistente vocale di Amazon di preparare il nostro espresso preferito, lungo o ristretto, più o meno caldo. È inoltre possibile inserire l'attività all'interno di una routine, per un coffee moment personalizzato in cui gustare il vero espresso italiano, a casa come al bar.

Ma non solo, tramite l'app Alexa o l'app Piacere Lavazza sarà possibile monitorare la scorta delle capsule originali Lavazza A Modo Mio, riacquistarle e conteggiare il proprio consumo quotidiano di caffè, oppure chiedere istruzioni su come usare la macchina ed effettuare la decalcificazione. L'app Piacere Lavazza permetterà inoltre di salvare gusti e preferenze di amici e familiari.

«Siamo estremamente orgogliosi di questa collaborazione con Lavazza - afferma **Eric King**, Alexa director Eu - siamo convinti che Voicy sia il prodotto giusto per deliziare i nostri clienti con una fantastica esperienza: il caffè di altissima qualità Lavazza insieme alle migliaia di funzionalità di Alexa, il tutto in un unico dispositivo dal design incantevole e tecnologicamente innovativo».

«Il lancio della nuova Lavazza A Modo Mio Voicy con Alexa built-in conferma la vocazione del brand nella ricerca di soluzioni ad alto livello tecnologico per porre il marchio Lavazza al centro di esperienze di caffè innovative e di alta qualità anche a casa», commenta **Pietro Cacace**, portfolio strategy director del Gruppo Lavazza. «È il risultato di un'importante collaborazione con Amazon e permetterà ai nostri consumatori una coffee experience dalle infinite possibilità via "voice" e via App».

L'integrazione di Alexa nella nuova macchina Lavazza A Modo Mio Voicy permette di interagire con l'assistente vocale di Amazon direttamente attraverso la macchina del caffè. Oltre a richiedere il proprio tipo di espresso preferito, è possibile effettuare e ricevere chiamate e messaggi verso e da altri dispositivi Echo, riprodurre musica da Amazon Music, Spotify e Deezer anche con il supporto Multi Room Music e controllare i dispositivi per Casa Intelligente compatibili.

Sarà possibile chiedere a Lavazza A Modo Mio Voicy: "Alexa, fammi un espresso", "Alexa, riproduci la mia playlist", "Alexa, dimmi una curiosità su Voicy". Inoltre, con Lavazza A Modo Mio Voicy, i clienti potranno registrarsi al servizio Amazon Music Unlimited e ottenere un periodo d'uso gratuito di 3 mesi. Lavazza A Modo Mio Voicy è disponibile su Amazon.it e sullo store online di Lavazza a 249 euro. cod 75853

PRONTI AL VAPORE E SANI

VALFRUTTA AIUTA A MANGIARE BENE

Cambia il "piatto" degli italiani. Cresce l'attenzione per la salute, la voglia di innovazione e l'informazione sulle proprietà nutrizionali degli alimenti. Nuovi stili alimentari improntati alla naturalità e al benessere emergono con evidenza e incidono sulle abitudini quotidiane. Nella dieta compaiono sempre meno proteine animali e più cereali, frutta e verdure, mentre si affermano cibi quasi sconosciuti fino a poco tempo fa al grande pubblico ed è boom dei supercibi, soprattutto se ad alto contenuto di servizio.

Per rispondere alla domanda di prodotti sani, fatti con ingredienti naturali, ad alto valore nutrizionale e di servizio, ricchi di gusto e allineati alle nuove scelte alimentari, anche vegetariane e vegane, diffuse tra i consumatori moderni, Valfrutta conferma la sua presenza nel mercato dei piatti pronti con la linea "I pronti al vapore".

Attingendo all'infinita ricchezza del mondo vegetale, Valfrutta con I pronti al vapore coniuga benessere e praticità di utilizzo, affinché la scelta alimentare quotidiana diventi un piacevole stile di vita, e si inserisce per primo nello scaffale dei piatti pronti a lunga conservazione con una linea di prodotti sani e naturali.

Gli elementi chiave della linea sono molteplici e tutti di alto valore:

- **cottura a vapore** – elemento distintivo del brand, portavoce di naturalità e salubrità, preserva i contenuti nutrizionali e garantisce ricchezza di gusto e bontà
- **servizio** – nuovi mix di prodotti sani, naturali, buoni e pronti da gustare, freddi o scaldati, in pochi minuti, direttamente nella confezione microondabile o in padella
- **pack e formato** – un doypack ad alto contenuto di servizio, moderno e microondabile, per un formato da 220 g pari a circa 2 porzioni
- **shelf life** – 15 mesi
- **ingredienti** – utilizzo solo di vegetali e cereali ad elevato appeal e contenuto nutrizionale, che rappresentano una valida alternativa alle proteine della carne, e senza conservanti
- **target** – consumatori interessati alle valenze nutrizionali e salutistiche dei

Sono 5 i mix speciali di cereali e vegetali pronti che uniscono naturalità e salubrità, un gusto originale e piacevole che sposa i trend nutrizionali più attuali, un pack moderno e comodo per una gamma ad alto benessere

prodotti e che seguono un regime alimentare equilibrato.

Cinque ricette originali

La gamma I pronti al vapore Valfrutta si compone di 5 ricette originali, semplici e leggere, con mix di sapori che fanno preciso riferimento alla tradizione mediterranea o ad una cucina etnica rivisitata.

1. Cous Cous con carote, piselli, zucchine e peperoni è un piatto completo, veloce e comodo da preparare che apporta un perfetto mix di nutrienti: carboidrati, proteine vegetali, vitamine e minerali. Una ricetta semplice e leggera, tipica della cucina nordafricana.

2. Bulgur, Quinoa, Riso Rosso con pomodori e olive verdi è un piatto sorprendente per l'alchimia degli ingredienti che lo rendono veramente unico, sia per il sapore che per le specifiche proprietà nutrizionali. Un sapore unico creato dall'unione di cereali sfiziosi (il Bulgur è un cibo antico ottenuto dalla lavorazione del frumento integrale) con pomodorini e olive verdi.

3. Riso Basmati, Lenticchie con bocconcini e salsa di soia è una ricetta in cui la bontà e la naturalità degli ingredienti sono garantite dalla delicata cottura al vapore. Un piatto originale che sposa la cremosità delle lenticchie e del riso con la morbidezza dei bocconcini di soia.

4. Farro con olive nere, pomodori secchi, capperi è un piatto fresco e molto appetitoso, ideale per le calde giornate estive, con ingredienti che conquistano al primo assaggio. Una ricetta gustosa dalle note tipicamente mediterranee e dal sapore deciso.

5. 5 Cerali (grano, farro, quinoa bianca, quinoa rossa, riso rosso) con zucca, carota e scorza d'arancia. Un gustoso percorso di consistenze e sapori, completato da morbidi cubetti di zucca e carota, condito con semplice olio extravergine di oliva, pomodori secchi e scorza d'arancia candita.

Un piatto deciso, fonte di fibra, una preparazione completa e pratica da consumare che apporta un mix di nutrienti benefici per la salute. Ogni singola referenza è in vendita nella distribuzione moderna al prezzo consigliato di 2,49 Euro. cod 75564

Muller Mix
Lo yogurt che strizza l'occhio al gelato

Per chi è alla ricerca di uno yogurt goduroso è nato, invece, Müller Mix caramello e anacardi, il nuovo, imperdibile gusto ispirato al mondo dei gelati.
Un abbinamento unico e irresistibile, disponibile nella pratica doppia vaschetta da 150 g che permette di assaporare, ad ogni cucchiaino, un mix di sapori e consistenze diverse. Questa innovativa linea Mix combina l'originale cremosità dello yogurt Müller con i gusti più noti e famosi del mondo della gelateria, creando così delle combinazioni di sapori uniche e intense, perfette per ogni momento della giornata.
Si può scegliere tra Nocciolato, Cookies & Cream, Fiordilatte e Cialda, Variegato alla Ciliegia, Delizia al Pistacchio, Caffè e Biscottini, ChocoNut e, da ultimo, la novità Caramello e Anacardi. cod 75963

Bella Vita Probiotico Bifidus, il primo yogurt per la regolarità con pochi grassi e senza lattosio

È in arrivo sul banco frigo della Gdo Bella Vita Probiotico Bifidus, il primo yogurt per la regolarità con pochi grassi e senza lattosio. Latteria Merano ha così ideato uno yogurt probiotico cremoso, gustoso ma anche più leggero e altamente digeribile rispetto agli altri prodotti simili presenti sul mercato.
Realizzato con il latte 100% dell'Alto Adige senza Ogm, Bella Vita Probiotico Bifidus è un concentrato di gusto e benessere, arricchito con il fermento probiotico Bifidobacterium BB-12 che favorisce l'equilibrio della flora intestinale. Ogni vasetto ne contiene almeno 4 miliardi.
Il latte utilizzato è garantito dal marchio di Qualità Alto Adige, raccolto ogni giorno dai 550 soci-contadini di Latteria Merano situati nei masi di montagna intorno a Merano (Alto Adige), a un'altitudine media di 1.350 metri.
Ogni stalla ospita in media 9 mucche, che hanno tutte un nome; il numero ridotto permette ai contadini di prendersi cura di loro al meglio e farle vivere in condizioni ottimali, nel pieno rispetto del benessere animale.
Ideale a colazione, a merenda o come snack spezza fame, lo yogurt Bella Vita Probiotico Bifidus di Latteria Merano è disponibile nei gusti: Avena e noci, Bianco e Cereali, Prugna e Kiwi e Cereali cod 75963

Salame Felino Igp

Nonostante le complicazioni legate all'emergenza sanitaria, il comparto del Salame Felino Igp, che raggruppa 14 aziende parmensi per un totale di circa 500 addetti, considerando anche l'indotto, si conferma in buona salute. Il fatturato al consumo ricalca quello del 2019, superando di poco quota 75 milioni di euro. Il quadro fotografato da Ecepa-Ente di certificazione di prodotti agroalimentari è complessivamente positivo: negli ultimi 12 mesi sono cresciute sia la quantità di materia prima lavorata (+2,7%), sia le produzioni etichettate (+2,1%). Dall'analisi dei dati di mercato, la Gdo si conferma il principale canale di commercializzazione.
Il Salame Felino Igp viene premiato in particolare nel libero servizio. La crescita più significativa riguarda il segmento del pre-affettato, che fa registrare un +8,4%. Il canale più penalizzato è stato l'Horeca, con un andamento delle vendite che è stato uno specchio dei periodi di lockdown: nei momenti di apertura dei locali, comunque, le vendite si sono attestate sui livelli del 2019. Complessivamente, però, il calo dell'horeca è stato compensato dai buoni risultati in Gdo. Sul piano dell'export il comparto ha saputo reagire all'emergenza facilitato dal fatto che l'83% delle esportazioni è realizzato nei Paesi area Ue. cod 75973

BonRoll con piselli e prosciutto cotto

Da Aia, invece, la versione "primavera/estate" del polpettone: il BonRoll con piselli e prosciutto cotto, un classico della cucina italiana e della tradizione. I piselli cotti al vapore ben si legano alla leggerezza delle carni bianche 100% italiane: un piatto semplice e all'insegna della bontà, da preparare in padella in pochi minuti o al forno. Una special edition che si aggiunge alla famiglia BonRoll di cui fanno parte il classico, le varianti allo speck, agli spinaci, cime di rapa e pancetta, radicchio e scamorza. Con le sue specialità, il BonRoll punta l'attenzione alla qualità e alla stagionalità degli ingredienti, come i freschi piselli di primavera. cod 75973

Ossobuco Gourmet Recla

Recla amplia la gamma dei "piatti pronti" lanciando l'Ossobuco Gourmet in grammatura da 450 grammi, un piatto della tradizione culinaria italiana realizzato da Recla in collaborazione con tre famosi chef altoatesini: Heinrich Gasteiger, Gerhard Wieser, Helmut Bachmann. Per la sua preparazione si utilizza solo carne fresca di suino, lavorata dai mastri macellai di Recla e accompagnata da un sugo a base di pomodoro, verdure fresche ed erbe aromatiche. La precottura sottovuoto a bassa temperatura per diverse ore rende l'Ossobuco Gourmet di Recla un piatto tenero e ricco di gusto, senza lattosio ...nza glutine. All'interno della confezione sono ...enti due ossobuchi equivalenti a due por- ... la cottura sottovuoto consente una lunga ...ervazione del prodotto fuori dal frigo a tem- ...tura ambiente, senza l'utilizzo di conservan- ...giunti. Il packaging illustra in modo chiaro al ...umatore i plus del prodotto e le modalità di ...arazione, con l'aggiunta di consigli degli chef ...n QR code con le ricette. cod 75973

LE MENSE CHIEDONO ASCOLTO ALLA POLITICA: «SONO A RISCHIO 60MILA LAVORATORI»

Anir-Confindustria, l'associazione di categoria che raggruppa gli operatori della ristorazione collettiva, ha bussato alla Camera dei Deputati per chiedere l'avvio di tavoli tecnici di confronto. Settore in pericolo: dopo un anno con 200-250 milioni di perdite, i ristori non servirebbero a svoltare la situazione

di ***Nicola Grolla***

Altro giro di aiuti, sostegni, ristori ma la ristorazione collettiva rimane sempre a mani vuote. L'ultimo decreto legge che ha definito l'utilizzo dello scostamento di bilancio da 32 miliardi di euro, non ha dato risposta alla particolare situazione degli operatori delle mense nel settore pubblico (scuole, ospedali, forze armate) e privato (le aziende).

Tanto che, in prospettiva, il rischio è che si debba passare attraverso un taglio senza precedenti di 60mila lavoratori su un totale di circa 250mila (con una maggioranza di donne). Per capire l'entità del danno possibile, basti pensare che la crisi dell'ex-Ilva di Taranto mette a rischio "solo" 5mila lavoratori mentre il rilancio di Alitalia dovrebbe passare per circa 2.500 esuberi.

Le prospettive di ripresa non sono incoraggianti

Questo lo scenario presentato da Anir-Confindustria durante la conferenza nella sede della Camera dei Deputati e dedicata alla situazione particolare in cui si trova la ristorazione collettiva: «Il nostro è l'unico settore che, nel momento in cui si ritornerà a una certa soglia di normalità, è già sicuro di perdere parte della propria clientela per gli effetti indiretti della pandemia; come lo smart working, per esempio», ha esordito Massimialiano Fabbro, presidente di Anir (Associazione nazionale imprese della ristorazione).

Grandi fatturati, ma bassa marginalità

Una situazione che, secondo i vertici dell'associazione di categoria, è ancora poco chiara alla politica. «Siamo un settore composto da aziende di varia natura che operano sia sul territorio nazionale che all'estero occupandoci di servizi di pubblica utilità. Dall'ar-

MILANO RISTORAZIONE RILANCIA SULLE SCUOLE: «TORNERÀ LA NORMALITÀ»

Nell'anniversario dei 20 anni dall'inizio dell'attività di refezione all'interno delle scuole di Milano, la società di ristorazione collettiva Milano Ristorazione ha dovuto affrontare una delle sfide più difficili della propria storia: la pandemia. Protocolli, chiusure, ripartenze, limitazioni hanno ostacolato la piena operatività di attività che «sono sostenibili solo se erogano pasti», spiega il presidente di Milano Ristorazione, **Bernardo Notarangelo**.

E non potrebbe essere diversamente per una società che nel 2020 ha comunque servito oltre 8 milioni di pasti, provenienti dalla lavorazione di oltre seimila tonnellate di derrate alimentari e destinate a 440 refettori (di cui 160 primarie, 180 infanzia comunali, 27 infanzia statali, 59 secondarie di primo grado).

In che modo l'emergenza ha impattato sui vostri canali di servizio?

La parte preponderante della nostra attività riguarda il servizio di refezione nelle scuole pubbliche di Milano. È evidente che nel 2020 quando il servizio è stato sospeso da febbraio fino a fine anno scolastico e per poi ricominciare con diversi ritardi e ulteriori stop a ottobre abbiamo registrato una flessione di fatturato molto significativa. C'è distinguo da fare. La ristorazione nel ramo aziendale, di cui noi non ci occupiamo, è in crisi profonda e ci metterà molto per ritornare ai livelli pre-Covid. Un percorso che passerà attraverso una rigenerazione del servizio. Con la scolastica questo argomento non si pone: superata la pandemia i bambini torneranno a scuola. Non può essere altrimenti se vogliamo consentire ai genitori di tornare al lavoro con serenità. Quindi, in ultima istanza, possiamo dire che le conseguenze del Covid sul segmento scolastico è più transitorio che altro. Lo smart working in certa misura rimarrà, mentre la scuola tornerà presto in presenza, almeno per quanto riguarda elementari e classi inferiori.

E per quanto riguarda la gestione del lavoro quotidiano?

I dipendenti sono la nostra risorsa più preziosa. Abbiamo adottato il protocollo di sicurezza in accordo con i rappresentati dei lavoratori e, ovviamente, abbiamo sopportato i maggiori costi che ne sono derivati con senso del dovere. Nonostante ciò, purtroppo, abbiamo anche dovuto far ricorso agli ammortizzatori sociali come la Fis. D'altronde, il business è sostenibile solo se eroghiamo pasti. Cosa che per il 2020 e l'inizio del 2021 è avvenuta a singhiozzo.

Come è stato rimodulato il servizio mensa stante protocolli e limitazioni?

Rispetto all'impatto della pandemia sul nostro settore, noi abbiamo puntato tutto sul fatto che le necessità non fossero cambiate. Per questo, nell'estate del 2020, con le scuole chiuse, insieme ai presidi abbiamo fatto sopralluoghi in tutte le scuole di Milano servite per determinare le modalità di ripresa del servizio a partire da settembre. Laddove lo spazio non c'era abbiamo raddoppiato i turni oppure siamo passati alla somministrazione al banco. Modifiche che, anche dal punto di vista logistico, hanno determinato alcune difficoltà che siamo riusciti a superare. Stessa cosa si può dire anche per l'attività in cucina. Ma, nonostante alcuni cambiamenti, abbiamo mantenuto dritta la barra su alcune scelte per noi fondamentali. Nei refettori, per esempio, non abbiamo rinunciato alle nostre politiche di sostenibilità.

Bernardo Notarangelo, presidente di Milano Ristorazione

Anche voi, che siete una partecipata pubblica, avete dovuto ricontrattare il contratto di servizio?

Abbiamo un contratto di servizio pubblico con il Comune di Milano. È ovvio che, nella situazione pandemica, abbiamo concordato con il Comune, costi alla mano, un'integrazione, una rideterminazione che tenesse conto dei maggiori costi sopraggiunti.

L'innovazione e la ricerca sono gli strumenti principali per uscire dalla crisi. Voi come li declinate?

Siamo uno dei pilastri della Milano Food Policy che è nata dopo Expo e siamo impegnati in prima linea per svolgere il nostro dovere e servizio attraverso l'innovazione al fine di ridurre lo spreco e aumentare la sostenibilità. In cinque anni, per esempio, abbiamo abbattuto del 20% la nostra emissione di CO_2 nell'atmosfera attraverso la revisione dei menu: molta meno carne rossa, molta più bianca, abbiamo aumentato i legumi, il nostro ragù è di soia biologica, ecc. Inoltre, contiamo di tornare ad adottare una politica di zero plastica non appena la situazione epidemiologica ce lo permetterà. Per il servizio al banco, per esempio, utilizziamo a malincuore delle posate di plastica imbustate.

Rispetto ai vostri abituali fornitori, avete avuto delle difficoltà di approvvigionamento?

A livello di approvvigionamenti abbiamo avuto il problema contrario della penuria. Tanto che già durante il primo lockdown abbiamo distribuito oltre 100 tonnellate di cibo che altrimenti sarebbe scaduto. Stessa cosa a fronte di questo ultimo stop che ci ha portato a varie donazioni. Unico problema di approvvigionamento riscontrato è stato quello relativo ai Dpi, che nel primo periodo dell'emergenza non si trovavano da nessuna parte in Italia. Restando sul piano alimentare, sottolineo che la nostra policy per la scelta dei fornitori premia per il 70% la qualità degli stessi. Ma è ovvio che non possiamo fare tutto a Km Zero. E questo è un bene se pensiamo ai bandi di gara, in cui cerchiamo comunque di privilegiare le produzioni nazionali e stagionali nel rispetto dei Criteri ambientali minimi e delle linee guida che esistono a tal riguardo.

> «I dipendenti sono la nostra risorsa più preziosa. Abbiamo adottato il protocollo di sicurezza in accordo con i rappresentati dei lavoratori e, ovviamente, abbiamo sopportato i maggiori costi che ne sono derivati »
>
> Bernardo Notarangelo

Nel futuro c'è l'operazione con Sogemi (Ortomercato di Milano) per la realizzazione di un centro food nello spazio di via Lombroso. Ce ne può parlare?

Per quanto riguarda l'operazione con Sogemi, al momento è stata firmata solo una lettera d'intenti che ci mette a lavorare insieme per costruire un progetto comune. La logica, comunque, non è quella del domani. Per costruire un centro cucina non si impiegano pochi giorni. L'idea è quella di portare le nostre cucine distribuite in più edifici al centro della città del cibo che sorgerà all'Ortomercato. Qui potremmo lavorare a stretto contatto con gli operatori del settore, utilizzare una piattaforma logistica ad hoc e un magazzino dedicato. Se, come spero, questa operazione si farà, fra dieci anni ci guarderemo indietro e scopriremo quante sinergie siamo riusciti ad attivare.

cod 75685

tigiano all'azienda partecipata, passando per imprese multinazionali, la ristorazione collettiva muove un giro d'affari di circa 6 miliardi di euro», ha ricordato Fabbro. Fatturati molto elevati che, tuttavia, devono fare il conto con bassissime marginalità. A pesare su questo aspetto sono, prima di tutto, il costo del lavoro (che può arrivare a toccare anche il 50% del fatturato di un'azienda) e le economie di scala che permettono di guadagnare sui grandi numeri a fronte di pasti completi a prezzi contenuti (intorno ai 5-6 euro). All'azienda, resta ben poco.

Sostegni, aiuti e codici Ateco? «A noi servono misure strutturali»

D'altra parte, proprio i grandi numeri di fatturato impediscono al settore sia di accedere ai ristori (validi per aziende con fino a un massimo di 10 milioni di euro) sia di poter apprezzare uno strumento simile per tenere a galla il settore. «Concordiamo, in linea di principio, l'eliminazione al riferimento dei codici Ateco per la concessione degli aiuti a fondo perduto, ma a noi tutto ciò non interessa molto. Abbiamo bisogno di misure strutturali. Noi non siamo la ristorazione tradizionale, quella a gestione famigliare per intenderci», ha precisato Fabbro. Interventi che dovranno essere coordinati attraverso un doppio tavolo di lavoro, sia a livello parlamentare che governativo.

Necessario velocizzare le rinegoziazioni

Primo punto su cui fare chiarezza sono le rinegoziazioni degli appalti. Come ha riconosciuto Anac (l'authority anti-corruzione), c'è la ➡

necessità di rivedere i contratti che legano le aziende alla pubblica amministrazione stante le mutate condizioni di servizio (leggi, più costi a livello di sicurezza, modalità di distribuzione dei pasti, ecc.) e la costante disponibilità delle aziende della collettiva a garantire il servizio offerto, anche in situazioni di estrema difficoltà e incertezza. Ma per rendere concreto questo parere, la politica deve intervenire con una delibera che sblocchi i fondi nei capitoli di spesa delle amministrazioni locali così da rendere sostenibile l'operatività delle aziende.

Prestiti sì, ma sono sempre un debito

In secondo luogo, un ripensamento dei prestiti Sace. «Per continuare a operare, le nostre aziende hanno dovuto fare dei debiti. Purtroppo, però, se da un lato il debito buono è andato a sostenere dipendenti e fornitori, dall'altro lato l'esposizione dell'azienda diventa negativa nel momento in cui questi fondi andranno ripagati con i relativi interessi. Il rischio è che in questo modo si mettano in difficoltà i bilanci e si stoppino gli investimenti sulla filiera», ha affermato il vicepresidente di Anir, Sebastiano Ladisa. Le imprese della collettiva, infatti, sono già gravate da perdite nell'ordine dei 200-250 milioni di euro a causa di un 2020 negativo.

Ripensare lo smart working?

Terzo punto all'ordine del giorno è la discussione sullo smart working. La modalità di lavoro agile, che nelle intenzioni dell'attuale Governo dovrebbe essere favorita negli uffici della Pubblica Amministrazione, rischia di tagliare un intero comparto della collettiva lasciando poche briciole alle imprese impegnate nel rifornire le aziende. «Noi crediamo che se la pubblica amministrazione è vista come motore di rilancio dell'economia del Paese, allora si deve porre maggiore attenzione nei confronti di quella filiera agroalimentare che in oltre 50 anni di esistenza ha sempre svolto un servizio pubblica utilità», ha concluso Fabbro.

Quasi 160mila bambini lasciati senza l'unico pasto sano della giornata

Infine, la questione "sociale" della ristorazione collettiva. Come ha sottolineato Save The Children, tantissimi bambini privati del momento di refezione scolastica hanno dovuto fare a meno dell'unico pasto sano della propria giornata. La stima è di 160mila alunni privati della corretta alimentazione. Un dato che rivela il valore nutrizionale insostituibile del comparto delle mense scolastiche. «Questo dovrebbe portare le istituzioni a tutelare uno dei settori più colpiti dalla pandemia, un comparto che non chiede indennizzi, ma un intervento strutturale per via degli stravolgimenti che ne cambieranno per sempre il volto», ha commentato Fabbro. cod 75353

MICRORGANISMI PIÙ CONOSCENZA PER SALVAGUARDARE LA NOSTRA SALUTE

Riconoscere la connessione tra microbiomi e salute umana, incentivandone quindi ricerca e conoscenza, può essere d'aiuto alla filiera alimentare in ottica salutistica e sostenibile

di ***Giuseppe Paltani***
Tecnologo alimentare

Il mondo dei microrganismi e la scienza che li studia, la microbiologia, sono attualmente alla ribalta - purtroppo o per fortuna - a causa della pandemia provocata dall'infezione umana pandemica SARS CoV19. Ecosistemi microbici complessi, formati da vari batteri, funghi, virus, possono collettivamente essere indicati come microbiomi che abitano e interagiscono con gli organismi viventi che li ospitano attraverso una serie di relazioni simbiotiche, con risultati benefici finali per l'ospite medesimo. L'ecosistema microbico più esplorato fino ad oggi è il microbioma intestinale umano.

I microbi nel nostro tratto gastrointestinale sono dieci volte più numerosi di tutte le cellule che compongono il corpo umano, includendo diversi tipi dal punto di vista genetico, batteri, lieviti, funghi e i loro virus. La

principale influenza su di essi è rappresentata dallo stile alimentare, cioè da cosa e da come mangia un individuo. I microbiomi concorrono a determinare la salute della vita sul pianeta Terra, dell'ambiente e quindi dell'uomo, essendo tutto interconnesso e ben rappresentato nel concetto di salute unica "One World one Health".

Nell'ultimo decennio sono stati finanziati, a livello europeo, 216 progetti relativi allo studio del microbioma, per un totale di circa 500 milioni di euro. Queste ricerche evidenziano diverse associazioni tra alterazioni del microbioma e patologie varie: gastrointestinali, vascolari, respiratorie e persino neurologiche. Tali evidenze sottolineano per esempio la stretta correlazione tra comunità microbica intestinale e la relativa bioconversione nei nutrienti fondamentali, piuttosto che la generazione di molecole bioattive fondamentali per il metabolismo umano. In questo contesto sono ancora una volta il cibo, il suo ambiente di produzione e le modalità con cui è fatto il fattore influente principale.

Il Comitato Nazionale per la Biosicurezza, le Biotecnologie e le Scienze della Vita (Cnbbsv) della Presidenza del Consiglio dei Ministri ha promosso un'iniziativa nazionale a sostegno della ricerca ed innovazione nel campo del microbioma dell'uomo e della filiera agroalimentare. Infatti secondo alcuni ricercatori, intervenendo su uno o più di questi microbiomi, si potrebbero garantire filiere agroalimentari più produttive, sostenibili e resilienti, le quali influenzerebbero favorevolmente la salute umana.

Proprio per questo motivo il settore agroalimentare (rappresentato dai cluster nazionali: Clan Agrifood e Alisei Scienze della vita, parternariati di portatori di interesse come centri di innovazione pubblici e privati) sostengono l'iniziativa di studio sul microbioma. Necessariamente per colmare una lacuna rispetto alla scena internazionale, si vuole coordinare e programmare al meglio, a livello italiano, la ricerca e l'applicazione di tale scoperte. Nel settore primario riducendo l'impiego di antibiotici negli allevamenti e di fitofarmaci sulle coltivazioni.

Nei processi di trasformazione e distribuzione agendo sulla shelf-life, sulla possibilità di assumere probiotici, sulle fermentazioni cuore vero e proprio di molte preparazioni alimentari. cod 75488

INTOLLERANZA AL GLUTINE? I TEST PIÙ AFFIDABILI PER SCOPRIRLA

di ***Tiziana Colombo***

La celiachia è una patologia diffusa, la cui incidenza - almeno ufficialmente - è aumentata negli ultimi anni. Ciò in teoria potrebbe essere frutto di un crescente accesso alla diagnosi, che rileva un fenomeno endemico, più che suggerire una dimensione crescente del problema. Ad ogni modo, diagnosticare la celiachia il prima possibile è fondamentale. Lo è per due motivi: in primis per garantire al paziente un ritorno a una qualità della vita normale, scevra da sintomatologia, per mezzo dell'unica terapia ad oggi possibile, ossia la rimodulazione dei regimi alimentari; in secondo luogo, per evitare l'insorgenza di disturbi e patologie ancora più gravi, che si correlano a una totale atrofizzazione dei villi intestinali. Se passa troppo tempo tra la comparsa dei sintomi e l'inizio della "terapia", i villi intestinali rischiano danni irreversibili, con tutto ciò che ne consegue - vale a dire patologie correlate, tra le quali sia malattie di carattere immunitario che forme tumorali.

La buona notizia è che esistono svariati test per diagnosticare la celiachia. La cattiva notizia è che, dal punto di vista clinico, la celiachia tende a confondersi con altre patologie. La questione ruota attorno all'aspecificità dei sintomi. Per esempio, quelli ntestinali (crampi, diarrea) sono correlabili a un'altra patologia estremamente diffusa: la sindrome da colon irritabile. La stanchezza cronica e la perdita di peso sono riconducibili all'anemia, che è una patologia primaria, ma anche secondaria rispetto alla celiachia stessa.

I test per diagnosticare la celiachia

Sul fronte della diagnostica, la medicina è piuttosto attrezzata. L'esame più importante è il sierologico, che punta a verificare la presenza di alcuni anticorpi riconducibili alla celiachia, tra cui l'IgA anti-transglutaminasi. Dal momento che la celiachia è una pato-

I test sono diversi: da quello sierologico, che punta a verificare la presenza di alcuni anticorpi riconducibili alla celiachia, a quelli fai-da-te, come il Prima Home Test, che rileva la componente proteica del glutine

logia immunitaria, il contatto con il glutine scatena una reazione anticorpale nella quasi totalità dei casi. I costi, in questo caso, sono davvero bassi. Al netto delle eventuali esenzioni, si parla di 10-20 euro. Il primo passo, però, è quello della visita gastroenterologica, necessaria proprio perché i sintomi della celiachia sono, in buona parte dei casi, sovrapponibili ai sintomi di alcune patologie intestinali. In questo caso si parla di qualche decina di euro. Discorso differente se si preferisce procedere con una più invasiva gastroscopia, che costa invece qualche centinaio di euro.

In alcuni casi, la celiachia può "essere più nascosta". Può risultare poco "rintracciabile" sia per mezzo degli esami clinici che per mezzo di quelli sierologici. È il caso della celiachia atipica, che è anche una delle più gravi. In questo caso, è necessario procedere con il test genetico, che verifica la presenza nel proprio Dna dell'aplotipo HLA DQ2/DQ8. Il problema non risiede tanto nel costo, che comunque raramente supera i 200 euro, quanto nella specificità dell'esame. Infatti, non sono molti i centri che se ne occupano. I risultati, poi, vengono elaborati nel giro di 20 giorni.

I test fai da te

Esiste poi tutta una serie di test dai fa te, che possono essere realizzati direttamente dal paziente nel proprio domicilio o presso l'ambulatorio del proprio medico di base. Sono test sicuri e affidabili - se eseguiti correttamente - che possono fungere da "prima diagnosi" in caso di sintomi evidenti e aspecifici.

Ovviamente, è consigliato dal medico sia il medico ad effettuarli. Ad ogni modo, stiamo parlando del MyCare Celiachia, che funziona in maniera simile ad un test di gravidanza. Ad essere analizzato è il sangue. Basta una goccia per rilevare gli anticorpi transglutaminasi e anti-gliadina.

Un altro test molto affidabile è il Prima Home Test. Esso rileva gli anticorpi anti-peptidi deamidati della gliadina, noti anche come anti-DGP, nonché la componente proteica del glutine (che appunto non viene assorbita). Il test dura solo un quarto d'ora e può essere svolto comodamente a casa. cod 75167

ECCO TUTTI I "FREE FROM" TRA DOP E IGP PER VEGANI E INTOLLERANTI

di ***Mariapia Gandossi***

Eccellenza, tradizione, origine e cultura gastronomica. Il nostro Stivale è il Paese europeo con il maggior numero di prodotti agroalimentari a denominazione di origine e indicazione geografica riconosciuti dall'Unione europea. Il sistema delle indicazioni geografiche, infatti, favorisce il sistema produttivo e l'economia del territorio; tutela l'ambiente, perché il legame indissolubile con il territorio di origine esige la salvaguardia degli ecosistemi e della biodiversità; sostiene la coesione sociale dell'intera comunità. Allo stesso tempo offre maggiori garanzie ai consumatori con un livello di tracciabilità e di sicurezza alimentare più elevato rispetto ad altri prodotti.

Oggi in Italia si contano 313 prodotti Dop (Denominazione di origine protetta), Igp (Indicazione geografica protetta) e Stg (Specialità tradizionale garantita), ben 526 vini certificati Doc (Denominazione di origine controllata), Docg (Denominazione di origine controllata e garantita), Igt (Indicazione geografica tipica), in aggiunta a circa 5mila prodotti Pat, ovvero "Prodotti agroalimentari tradizionali". Questi ultimi appartengono ad uno specifico elenco istituito dal ministero delle Politiche agricole, alimentari e forestali (Mipaaf) con la collaborazione delle Regioni.

Da nord a sud è possibile percorrere una roadmap di prodotti enogastronomici di altissima qualità, un percorso capace di stupire non solo i prossimi turisti, ma anche gli italiani stessi che vogliono riscoprire i prodotti locali. E allora il mondo Horeca si terrà pronto a dimostrare nuovamente il fascino del Made in Italy, dando un valore aggiunto ai propri piatti grazie all'utilizzo di prodotti di "categorie protette".

Vegetariani, vegani e intolleranti non devono rinunciare al Made in Italy

Tra le categorie Dop, Igp e Stg si possono individuare specialità naturalmente free from, ovvero adatte ad intolleranti, vegani o vegetariani. È dunque possibile per tutti assaporare le grandi eccellenze italiane, compresi coloro che, nonostante scelte e/o allergie ed intolleranze alimentari, non vogliono rinunciare alla genuinità ed alla territorialità.

Formaggi stagionati, privi di lattosio

In primis, tra i grandi formaggi troviamo il Parmigiano Reggiano Dop e il Grana Padano Dop rigorosamente stagionati 36 mesi, assieme a tutte le varietà di Pecorino Dop stagionato dai 30 ai 40 mesi. La lunga stagionatura garantisce l'assenza di lattosio, rendendo questi formaggi ideali per chi è intollerante.

Prosciutto crudo senza glutine

Un'altra macro categoria di prodotti italiani naturalmente free from di altissima qualità è quella del prosciutto, in particolare il prosciutto crudo che, sia per natura che per lavorazione, non contiene glutine. Tra i più conosciuti troviamo il Prosciutto di Modena Dop, il Prosciutto di Parma Dop ed il Prosciutto San Daniele Dop. Meno conosciuti ma altrettanto gustosi, sono il Prosciutto di Carpegna Dop e il Prosciutto di Sauris Igp.

Cereali gluten free

Tra i cereali italiani "top di gamma" troviamo il riso, alimento naturalmente gluten free coltivato nel nord Italia. La coltivazione del Riso del Delta del Po Igp si estende sul cono orientale estremo della pianura padana fra Veneto ed Emilia Romagna. Nel nord-est del Piemonte si trova invece la zona di coltivazione, raccolta, elaborazione o trasformazione del Riso di Baraggia Biellese e Vercellese Dop, mentre il Riso Nano Vialone Veronese Igp può essere prodotto solamente in alcuni comuni del Veneto.

Sono cereali classificabili come vegani il Farro di Monteleone di Spoleto Dop e il Farro della Garfagnana Igp. Il primo viene coltivato e lavorato nell'area montana a sud-est della provincia di Perugia. Il secondo viene prodotto in Toscana in comuni della provincia di Lucca.

Rimanendo nella stessa regione troviamo anche una particolare farina di castagne, prodotto di eccellenza naturalmente senza glutine: la Farina di Neccio della Garfagnana Dop ha rappresentato per molti secoli uno degli alimenti base per il sostentamento delle popolazioni rurali della Garfagnana. Anche la Farina di Castagne della Lunigiana Dop è un prodotto di estrema qualità: nasce nella provincia di Massa Carrara.

Il pane, eccellenza veg

Immancabile è la categoria del pane tra le eccellenze italiane del mondo "veg". Dal Pane Casareccio di Genzano Igp, prodotto in provincia di Roma, che viene ottenuto da farina di ottima qualità di tipo zero o doppio zero, lievito naturale, sale alimentare, acqua e cruschello di grano senza aggiunta di prodotti chimici o biologici, al Pane di Altamura Dop. Quest'ultimo viene prodotto nella regione omonima in Puglia, mediante l'antico sistema di lavorazione e l'impiego di semole rimacinate di varietà di grano duro coltivate nei comuni della Murgia. Non è da confondere con il Pane di Matera Igp (prodotto nella provincia della città dei sassi), simile nelle caratteristiche a quello di Altamura ma con ingredienti diversi per provenienza. Nella zona di produzione del Pane di Matera Igp esistono numerose testimonianze artistiche e letterarie che attestano l'importanza e il culto del pane nella vita e nell'economia del territorio.

Dolci senza lattosio

Il Torrone di Bagnara Igp è prodotto nel comune di Bagnara Calabra (Rc). Non contiene lattosio, coloranti e neppure conservanti. In origine dolce tipico del Natale, oggi il suo consumo si è esteso anche agli altri mesi dell'anno.

La qualità del Made in Italy è riconosciuta proprio da tutti, consumatori e ristoratori, che non vedono l'ora di riportare in tavola la passione per la cultura enogastronomica italiana. cod 75784

SICURA, ITALIANA, IN BICICLETTA

ECCO LA VACANZA ESTIVA 2021

di *Federico Biffignandi*

Pandemia, zone rosse, Covid, restrizioni, mascherine, vaccini che non arrivano... e se ci svegliassimo improvvisamente all'alba dell'estate con una campagna vaccinale a buon punto e con il caldo che uccide il Covid? Immaginiamo un salto temporale di tre mesi (si spera) e immaginiamoci che il mondo abbia trovato la via d'uscita giusta per tornare ad una nuova normalità che si svvicini il più possibile a quella che abbiamo abbandonato a inizio 2020. Insomma, immaginiamoci che andare in vacanza sia possibile, uno sforzo neanche troppo grande visto che le premesse ci sono anche solo considerando ciò che è accaduto la scorsa estate. Uno sforzo che il premier Mario Draghi venerdì in conferenza stampa ha invitato a fare dicendo che lui le vacanze le prenoterebbe.

Ecco, immaginiamoci di essere al pc, con in mano uno smartphone o in una agenzia di viaggi che ha retto l'urto della crisi e ci sta consigliando qualche viaggetto, dove andremmo? Benchè si spera di tornare prima o poi spensierati e liberi, sicuramente quest'estate non prenderemmo il mappa mondo in mano, non lo faremmo girare in cerca della destinazione che ci ispira di più, troppo alto il rischio di ammalarsi all'estero.

No al mappamondo, sì alla cartina dell'Italia

Prenderemmo in mano però la cartina della nostra cara vecchia Italia, un po' bistrattata e un po' dimenticata e inizieremmo a fare su e giù con il ditino in cerca della destinazione più idonea per noi e le nostre esigenze. Esatto, non sceglieremmo forse la destinazione dei nostri sogni, ma quella che risulta essere la migliore tra bellezza (culturale, naturalistica, storica), sicurezza sanitaria e capacità di permetterci di staccare la mente dallo stress di un anno e mezzo di Covid.

E quindi ecco che improvvisamente le zone rurali, quelle meno vocate al turismo estivo, sprintano in testa alla classifica delle destinazioni più ambite. Perchè? Perchè rispondono alle esigenze di cui sopra (bellezza, sicurezza, relax). Prima ancora di entrare nel merito però, vale la pena chiedersi se davvero gli italiani abbiano voglia di vacanze. Perchè secondo alcuni sondaggi relativi alla voglia di tornare al ristorante, 9 italiani su 10 hanno risposto che preferiscono aspettare.

Per il turismo è un po' diverso, forse perchè si avverte di più l'urgenza di staccare: secondo un sondaggio di Airbnb, gli italiani sognano una vacanza (47%), anche piccola, assai più che cene al ristorante (26%) o serate al cinema (16%). Dunque, il primo step è tutto sommato superato. Poi, dove si va?

Tranquillità, digital detox, sostenibilità: il turismo rurale mette d'accordo tutti

Secondo il sondaggio Airbnb, il 34% dei viaggiatori considera prioritari fattori come il distanziamento e la pulizia, percentuale che sale anche al 42% tra gli over 55. Altro trend che si riconferma è la ricerca di luoghi isolati e tranquilli: un break in montagna o in campagna sarebbe l'ideale per il 28% degli italiani. Anche la scelta del tipo di sistemazione va in questa direzione: il 28% degli intervistati opterebbe per una casa al mare, il 19% per un agriturismo, che conquista il 26% delle preferenze tra chi ha superato i 55 anni.

Un soggiorno a contatto con la natura sembra essere ciò che cercano molti italiani, per i motivi più diversi. Voglia di isolamento e tranquillità accomunano infatti i più maturi in cerca di sicurezza, ma anche i più inclini a disconnettersi per regalarsi un po' di digital detox (il 29% del campione, e il 32% delle donne coinvolte nel sondaggio). Non manca, infine, chi è attratto soprattutto dalla sostenibilità: il 30% degli intervistati pagherebbe fino al 10% in più per una sistemazione green.

Aspettando l'estate 2021

Non solo la metà degli italiani ha più che mai voglia di viaggiare, ma ha già fatto ricerche per una prenotazione →

(44%), pianificato le vacanze estive o comunque si ripromette di farlo subito dopo Pasqua (51%), mentre l'11% ha già prenotato un viaggio. In particolare, rivela la ricerca, chi si è affrettato a bloccare date e alloggi ha in genere un'età compresa tra i 25 e i 34 anni (19%). Non è questo invece il primo pensiero degli over 55, tra i quali il 22% ha affermato di non essere al momento stimolato a viaggiare, e il 61% di non pensare ancora all'estate.

Pensare ora alle vacanze estive è complicato perchè ancora non si sa cosa si potrà fare e quando, ma con le temperature che si alzano cresce la voglia di partire. Sì, ma per dove? Come per l'anno scorso le aree rurali vanno forte, ci si sposta preferibilmente in macchina e il cicloturismo è pronto al boom definitivo

Cavalcando queste tendenze Airbnb e Agriturist, l'associazione nazionale per l'agriturismo, l'ambiente e il territorio di Confagricoltura, prima associazione di agriturismo in Italia, hanno stretto una partnership per la promozione e la valorizzazione della rete degli oltre 20mila agriturismi italiani. L'Airbnb Rural Bootcamp - questo il nome del programma - consiste in un ciclo di seminari online per aiutare i titolari di imprese agricole e agriturismi a familiarizzare con le opportunità connesse al diventare un host Airbnb. I partecipanti impareranno come utilizzare le risorse della piattaforma per offrire un servizio di ospitalità di successo, ricevendo consigli dalla community di Super Host e da un panel di esperti.

«Le nostre ricerche - ha dichiarato **Giacomo Trovato**, amministratore delegato di Airbnb Italia - confermano il rinnovato interesse per gli italiani per una moderna villeggiatura. Nuove abitudini come quella di conciliare smart working e vacanza sono ormai sempre più diffuse, c'è già quindi chi pianifica la stagione estiva per poter trovare anche quest'anno la soluzione più adatta alle proprie esigenze. Un terzo degli annunci Airbnb in Italia è in zone rurali. L'ospitalità degli host in un alloggio a contatto con la natura, come un agriturismo, offrirà quindi un'opzione gradita dopo un anno così difficile, e sarà determinante per valorizzare luoghi ancora poco conosciuti. Insieme ad Agriturist vogliamo lavorare per far scoprire ad un pubblico più vasto queste eccellenze italiane»

«L'azienda agricola è da sempre attenta alla conservazione e cura dell'ambiente agricolo. L'agriturismo offre al turista la possibilità di fruire questi ampi spazi. Le innumerevoli attività, servizi, proposte culturali e sportive, organizzate dagli agriturismi di Agriturist, offrono la possibilità di vivere e conoscere i territori e di fare esperienze uniche che arricchiscono la mente ed il cuore. La collaborazione con Airbnb ci offre la possibilità di

far conoscere sempre di più l'offerta agrituristica italiana», ha aggiunto Augusto Congionti, presidente di Agriturist.

Ci si sposta in auto, per 5 giorni

Dai che per certi versi vengono confermati anche da un'altra ricerca, quella condotta da Parclick, la società leader in Europa per la prenotazione di parcheggi online. Da essa emerge che le destinazioni nazionali sembrano essere le preferite da quasi otto su dieci (77,4%) rispetto alle mete internazionali (22,6%). Le spiagge (36,3%) e le città (33,6%) sono più popolari della montagna (14,4%).

Ma dall'alto del suo specifico settore, Parclick accende la luce su un altro importante aspetto: per quanto riguarda il mezzo di trasporto, l'auto privata è risultata l'opzione preferita dagli intervistati (65,1%), seguita dall'aereo (30,8%), dal treno (3,4%) e dalla nave (0,7%). Per quanto riguarda gli alloggi invece gli alberghi sembrano essere ancora la destinazione prediletta dalla maggioranza (42,5%), davanti alle case private (27,4%). Le altre opzioni votate sono state gli appartamenti in affitto (15,8%) e le case in campagna (3,4%). Solo il 2,1% ha previsto di andare in campeggio.

Per quanto riguarda la durata del viaggio, il 52,7% ha risposto che ha intenzione di viaggiare per un massimo di 5 giorni. Il 27,4% tra i 6 e i 10 giorni e solo il 10,3% per più di 10 giorni.

In famiglia in Toscana, la vacanza perfetta

La vacanza in famiglia è stata l'opzione più votata dagli intervistati (62,3%), davanti al viaggio in coppia (26%), a quello con amici (4,8%) o da soli (6,8%). Infine il motivo: le visite turistiche (42,3%) l'opzione preferita dalla maggioranza, rispetto al tempo libero (34,9%) o alla visita ad amici e familiari (21,9%).

La Toscana è risultata la destinazione più votata da chi intende viaggiare al più presto, seguita da Trentino-Alto Adige, Lazio, Puglia e Sicilia nella top 5.

Detto del mezzo per spostarsi e raggiungere la destinazione prescelta è anche interessante cercare di capire che cosa faranno gli italiani una volta arrivati alla meta. Le zone rurali, essendo distanti dai litorali e spesso non a ridosso delle montagne, consentono di godersi lunghe escursioni a piedi o, ancora di più, in bicicletta.

Il boom delle biciclette

Proprio le due ruote sono uno dei mezzi che più di tutti ha "sfruttato" l'effetto pandemia sia per gli spostamenti quotidiani che per quelli vacanzieri. Il cicloturismo l'estate scorsa visse il suo boom e quest'anno potrebbe replicare, con ulteriori crescite.

Non è un caso che il 2020 sia stato un anno caratterizzato dalla forte crescita nei dati di vendita e produzione di biciclette, muscolari ed e-bike a pedalata assistita. In Italia il 2020 va in archivio come un periodo d'oro per il mondo delle due ruote a pedali, con vendite totali nel Belpaese a quota 2.010.000, +17% rispetto al 2019, e un robusto trend positivo nel settore delle e-bike, con 280mila unità vendute (+44%). La "fotografia" è scattata da Confindustria Ancma - Associazione Nazionale Ciclo Motociclo e Accessori che ha diffuso i dati del 2020, un anno nel quale gli incentivi all'acquisto delle bici, sotto forma del "Bonus Mobilità" governativo, hanno svolto un ruolo-chiave. Tra i motivi della crescita nelle vendite «la necessità di distanziamento, di mobilità sostenibile in ambito urbano, e il desiderio di libertà e benessere» nell'anno condizionato dalla pandemia come analizza Paolo Magri, presidente di Ancma.

cod 75414

Sono 17 le cantine della Franciacorta che prendono parte al ricco programma di attività. **Italia a Tavola** è media partner. Si inizia con le Crociere del Gusto per proseguire con degustazioni e concorsi

FRANCIACORTA

UNO STILE DI VITA... A BORDO DELLE CROCIERE DEL GUSTO

La Crociera del Gusto è ormai una manifestazione di spicco, di cui Italia a Tavola è media partner, seguita da un pubblico sempre più vasto ed interessato. Ecco perché anche in questo 2021 "di passaggio" non viene a mancare, anzi, è inserita in un contesto più ampio di viaggi, al fine di promuovere con temi, mete e incontri commerciali la Franciacorta nel mondo. Sono 17 le cantine del territorio che prendono parte all'iniziativa di promozione firmata Salotto Ambrosini: tanti eventi, tra degustazioni a bordo in abbinamento a piatti gourmet, conferenze e concorsi letterari/di pittura.

L'8ª crociera del Gusto con MSC Grandiosa Vino e fashion nel Mediterraneo

Quando: dal 13 al 20 settembre 2021

Itinerario: Genova, La Spezia, Civitavecchia, Palma di Maiorca, Barcellona, Aiaccio, Genova

Il 15 settembre si terrà l'udienza generale e l'incontro con Papa Francesco, con la consegna delle bottiglie di Franciacorta. Successivamente si terrà a Roma una degustazione. Durante la crociera, si terranno a bordo eventi che coniugano il Fashion e il Food, con degustazioni di Franciacorta. Un filmato riporterà le attività delle cantine partecipanti, realizzato dalla giornalista Ketty Carraffa; le degustazioni di Franciacorta saranno abbinate a ricette e piatti creati da uno chef selezionato dagli organizzatori, in un percorso sensoriale che punta ad approfondire il metodo franciacortino.

Inoltre, chi prenderà parte alla Crociera, potrà assaggiare i Franciacorta non solo durante le degustazioni, ma anche a cena, quando le bottiglie verranno servite da una sommelier esperta.

Navigazione tra i fiori di loto

Quando: 3 luglio 2021

Dove: Mantova, Motonave Edron

Un altro itinerario interessante partirà il 3 luglio da Mantova. Due i gruppi in cui sarà suddivisa l'iniziativa.

Il primo gruppo partirà alle 10 da Mantova. Il ritrovo è al Pontile C, Diga dei Mulini, Lago Superiore, sottopasso rotatoria tra viale Mincio e viale Pitentino. La navigazione si terrà all'interno della riserva Valli del Mincio, area protetta del Parco Naturale del Mincio, attraverso le fioriture del loto, particolarmente presenti nei mesi estivi. Alle 11.15 lo sbarco a Grazie di Curtatone, con visita guidata al Santuario delle Grazie. Alle 12.30 degustazione nel Parco dietro al Santuario delle Grazie a cura di alcune Cantine di Franciacorta, con abbinamento a prodotti tipici. Per le 14.30 è in programma il rientro a Mantova tramite pullman. Dalle 16 visita libera alla città di Mantova (Patrimonio Unesco).

Il secondo gruppo si ritroverà sempre alle 10 in viale Mincio, precisamente nella zona carico/scarico per i pullman di fronte al Castello San Giorgio. Da lì si partirà in pullman per Grazie di Curtatone. Alle 11.15, come per il primo gruppo, ci sarà la visita guidata al Santuario. Il Santuario delle Grazie è un luogo di culto, antica meta di pellegrini e contiene una ricchezza straordinaria di ex voto, di grande qualità. A seguire degustazione nel parco dietro al Santuario per le 12.30. Poi si riparte, stavolta con la Motonave Edron, navigando all'interno della riserva Valli del Mincio. Si sbarca a Mantova alle 15.30; dalle 16.00 è prevista la visita libera alla città.

Seconda edizione del Premio letterario nazionale e di cultura Franciacorta

Per valorizzare il territorio della Franciacorta dal punto di vista culturale e letterario, un gruppo di scrittori, poeti, saggisti, artisti e giornalisti si sono riuniti in Franciacorta e hanno istituito ufficialmente la prima edizione del premio letterario nazionale e di cultura Franciacorta. Il 4 settembre presso il Castello di Bornato ci sarà la premiazione del libro con letture di brani, momenti musicali e buffet. La giuria sceglierà una volta all'anno un libro o un autore a cui conferire il premio (una somma in denaro o un'opera artistica).

È prevista una presentazione del libro del vincitore in una libreria di Brescia, alla presenza dei giornalisti dei quotidiani locali. Si è anche deciso di creare un Comitato d'Onore per accogliere figure istituzionali del territorio e personalità amanti della cultura e delle buone tradizioni della Franciacorta (cura del paesaggio, beni artistici ed ambientali, viticoltura, rapporto fra vino e mondo letterario/artistico/cinematografico). Questo Comitato è in via di ampliamento e si stanno intessendo contatti a vari livelli.

Oltre alla premiazione, si svolgerà anche la seconda edizione del premio (nei mesi tra giugno e luglio, con l'aggiunta di un concorso di pittura, Covid-19 permettendo).

Le cantine partecipanti: Guido Berlucchi, Villa, Castello Bonomi, Corteaura, Tenuta Ambrosini, La Fiorita, Quadra, De Maldè, Massussi, Monzio Compagnoni, Montedelma, Bredasole, Rizzini, Marzaghe, Bonfadini, La Torre, Priore, La Costa di Ome, Cascina San Pietro

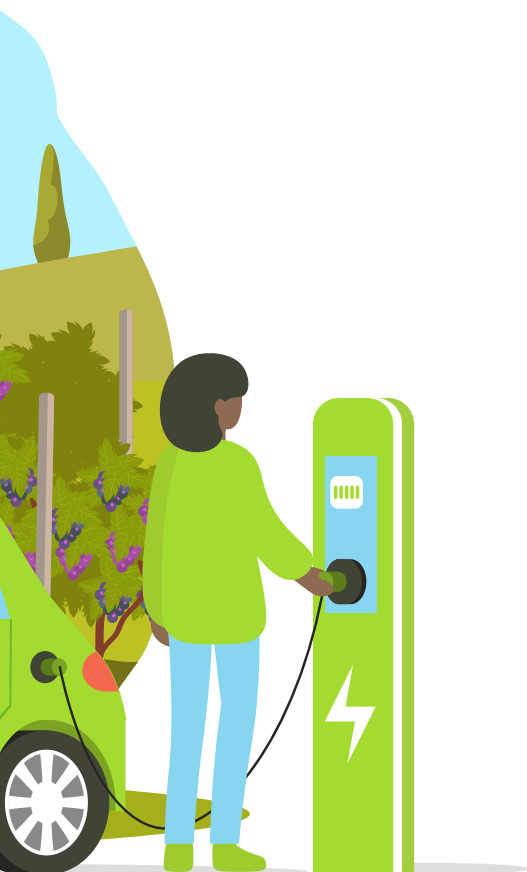
Le aziende agroalimentari: Salumificio Aliprandi, Pasta Nardi, Cissva, Lucaffè, Parmigiano Reggiano, Pasticceria Bazzoli

Sommelier: Oscar Giazzi e Michele Pigozzo

cod 75573

MOBILITÀ ELETTRICA NEI VIGNETI

COSÌ L'ENOTURISMO SARÀ PIÙ GREEN

L'esempio d'eccellenza arriva con l'accordo tra il Consorzio di Tutela del Vino Morellino di Scansano Docg ed Enel X e promuove best practice relative alla circular economy sul territorio. Un modo per incrementare la sostenibilità di tutto ciò che ruota attorno alla filiera del vino, tra cui il turismo

di ***Emanuele Bottiroli***

Idee chiare per la ripartenza post Covid facendo leva sul binomio territorio-sostenibilità nelle terre del Morellino di Scansano Docg. Si punta su una decisa accelerazione lungo la strada che porta alla sostenibilità, all'interno di uno dei territori del vino tra i più sensibili nel Paese riguardo alle tematiche della green economy. È questo l'obiettivo dell'accordo, uno dei primi nel suo genere in Italia, tra il Consorzio a tutela del Vino Morellino di Scansano Docg ed Enel X, la business line globale del Gruppo Enel che offre servizi per accelerare l'innovazione e guidare la transizione energetica. La partnership promuove best practice relative alla circular economy da applicare al territorio e alle attività nei vigneti, ai processi di produzione e alle lavorazioni accessorie che vengono svolte nelle cantine del territorio di produzione del Morellino di Scansano Docg.

La collaborazione è stata presentata durante un evento digitale al quale hanno partecipato Stefania Saccardi, vicepresidente e assessora all'agricoltura della Regione Toscana; Leonardo Marras, assessore all'economia e al turismo della Regione Toscana; Augusto Raggi, responsabile Enel X Italia; Nicola Tagliafierro, responsabile sostenibilità di Enel X; Bernardo Guicciardini Calamai, presidente del Consorzio Tutela Morellino di Scansano; Alessio Durazzi, direttore del Consorzio Tutela Morellino di Scansano; Francesco Palumbo, direttore di Toscana Promozione Turistica.

Progetti di economia circolare

Enel X svilupperà progetti di economia circolare tra le imprese, anche attraverso il coinvolgimento dei Comuni del territorio; realizzerà attività di formazione e sensibilizzazione rivolte alle aziende consorziate sui principi e le opportunità offerte dalla Circulary Economy con focus su energia rinnovabile, efficientamento energetico, energy management; offrirà soluzioni di mobilità elettrica per gli spostamenti nei vigneti e in altri spazi interessati dall'iniziativa.

Vantaggio competitivo per le aziende

Si tratta di attività che si aggiungono al Circular Economy Report, il sistema di analisi ideato da Enel X, che ha l'obiettivo di analizzare lo stato di maturità circolare delle aziende del Consorzio e di individuare gli eventuali gap e le opportunità da cogliere. Grazie a questa analisi verranno individuate ulteriori soluzioni misurabili e concrete che, una volta implementate, permetteranno alle imprese di ottenere un vantaggio competitivo proprio grazie alle numerose opportunità offerte dall'economia circolare.

Mobilità elettrica sul territorio

Enel X avrà anche un ruolo importante nello sviluppo del progetto "Morellino Green": un percorso di sostenibilità avviato dal Consorzio nel 2019 con l'obiettivo di promuovere e diffondere la mobilità elettrica sul territorio della denominazione, facendo diventare l'area del Morellino una delle prime Docg "EV friendly" d'Italia. Adesso l'obiettivo è di costituire un vero e proprio network di aziende dotate di stazioni di ricarica di Enel X per veicoli elettrici, garantendo una mobilità completamente "green".

Coniugare economia circolare e produzione di qualità

«Coniugare economia circolare e produzione di qualità è la risposta ideale alle sfide della sostenibilità ambientale che siamo chiamati ad affrontare - ha dichiarato la vicepresidente e assessora all'agroalimentare della Regione Toscana **Stefania Saccardi** - Questo accordo è un esempio pilota e d'eccellenza che ancora una volta identifica la Toscana terra capace di guardare avanti e lontano, in grado di mettere in campo soluzioni concrete e all'avanguardia attente all'ambiente e all'agrodiversità di cui i vigneti del Morellino di Scansano rappresentano un esemplare di pregio». ➜

Un esempio per altre realtà

«L'accordo è uno spunto importante per la Maremma: una buona pratica di sostenibilità che potrà essere d'esempio per altre realtà - commenta **Leonardo Marras**, assessore al Turismo della Regione Toscana - Un altro passo sulla strada tracciata già dalla Regione e Toscana Promozione Turistica con il progetto "costa e isole toscane destinazione sostenibile". L'obiettivo di un turismo sempre più green, attento a preservare e valorizzare le peculiarità naturali dei territori, resta per noi prioritario e oggi dalla provincia di Grosseto lanciamo un bel messaggio anche in vista della stagione che abbiamo davanti. Sarà un'estate ancora complessa, ma che vedrà il primo graduale ritorno dei turisti stranieri e la predilezione, confermata, per mete sostenibili, per vacanze all'insegna della natura, del relax e dell'enogastronomia. Tutti elementi incarnati pienamente dal territorio del Morellino».

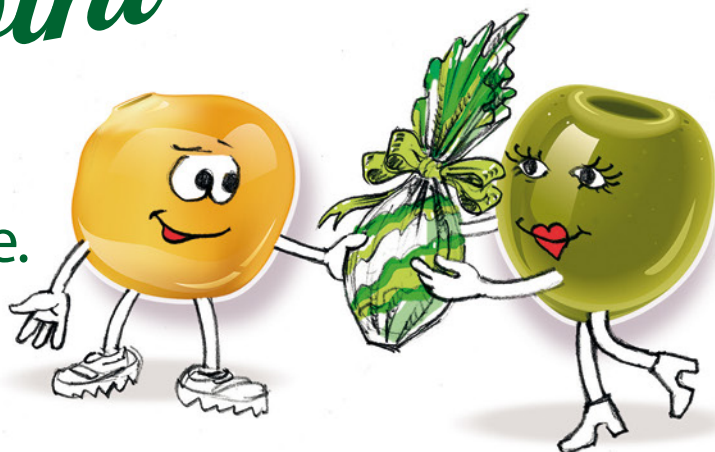
«La circular economy è un aspetto fondamentale della strategia di business di Enel X che offre ai partner soluzioni e servizi innovativi per affrontare le principali sfide poste dalla transizione energetica, un processo di cambiamento che interessa anche le attività produttive - ha dichiarato **Augusto Raggi**, responsabile Enel X Italia - L'accordo con il Consorzio Morellino di Scansano è un chiaro esempio in questa direzione e rappresenta uno dei primi casi concreti di sostenibilità integrata tra aziende e territorio. Un'iniziativa nella quale Enel X gioca un ruolo fondamentale, facendo da guida nel percorso di riutilizzo delle risorse, di efficientamento dei processi di produzione e di elettrificazione dei consumi finali, in un'ottica di sviluppo sostenibile».

L'offerta sostenibile della Toscana

«La partnership con Enel X darà uno slancio decisivo al nostro territorio e alle sue cantine, da tempo particolarmente sensibili ai temi della sostenibilità nel suo complesso - commenta **Bernardo Guicciardini Calamai**, presidente del Consorzio Tutela del Morellino di Scansano Docg - Intendiamo preservare e valorizzare la biodiversità che la nostra denominazione ha la fortuna di custodire e per farlo abbiamo bisogno di strumenti concreti, come quelli che ci fornirà Enel X, che ci consentano di valutare il livello di maturità delle aziende del territorio nei confronti dei temi dell'economia circolare».

«Rigenerazione, sostenibilità e accessibilità sono al centro delle azioni di promozione turistica della Toscana, attraverso un dibattito e un continuo confronto tra le linee guida del turismo in Europa e gli stakeholder territoriali, ha dichiarato **Francesco Palumbo**, direttore di Toscana Promozione Turistica - Da tempo, con il Progetto "Toscana Costa e Isole sostenibili", che interessa 12 ambiti e 173 comuni, stiamo costruendo l'offerta attraverso soluzioni innovative per i servizi turistici e per il trasporto con una strategia che ci qualifica anche a livello internazionale. L'obiettivo infatti è quello di creare una piattaforma di offerta turistica sostenibile e competitiva, dalla quale sviluppare nuovi messaggi e motivazioni di viaggio. L'accordo di oggi crea una ulteriore consapevolezza diffusa ambientale e genera un virtuoso effetto moltiplicatore di buone pratiche in linea con le attività di promozione e le nuove sfide regionali nell'ambito dell'economia circolare». cod 75693

Olive e Lupini

Alleati del nostro Benessere.
Un consiglio salutare.

Le ***Olive***, oltre a promuovere l'azione detossificante grazie al loro apprezzabile contenuto di ***antiossidanti,*** proteggono il nostro organismo dall'azione nociva dei radicali liberi. L'apporto nutrizionale delle olive è reso particolarmente prezioso soprattutto dall'alto contenuto di ***grassi*** "***buoni***", ovvero ***monoinsaturi***.

I ***Lupini*** sono dei ***legumi*** in grado di garantire molteplici proprietà benefiche per l'organismo. Le proteine vegetali sono molto digeribili, hanno un ***alto potere saziante*** e un grande valore nutrizionale.
I Lupini sono un sano e goloso spuntino naturale.

Seguici sul nostro sito e sui social per rimanere informato sulle novità o per consultare le ricette.
www.madamaoliva.it

Madama Oliva

Dai prodotti tipici come il Basilico Genovese, passando per vitigni come il Pigato e varietà autoctone di ulivi come la Taggiasca, la Liguria è meta enogastronomica d'eccellenza

LIGURIA, TERRA RICCA DI BIODIVERSITÀ

di ***Stefano Nico***

Tra montagna e macchia mediterranea, la Liguria è una regione che si affaccia sul mare, anche se la maggior parte del suo territorio si presenta montuoso. È una delle regioni più densamente popolate d'Italia, circa 290 persone per chilometro quadrato, soprattutto vicino alle coste, dove si concentrano la maggior parte dei centri abitati.

Benché piccola, la Liguria è stata la culla di alcune delle più importanti personalità della storia italiana e mondiale: Giuseppe Garibaldi, Giuseppe Mazzini e Cristoforo Colombo sono infatti di origini liguri, così come i compositori Niccolò Paganini e Goffredo Mameli, il Nobel per la letteratura Eugenio Montale, l'attore Paolo Villaggio e l'architetto moderno di fama internazionale Renzo Piano.

In Liguria la pasta ha origini antiche, infatti il più antico pastificio italiano sembra sorgesse proprio a Savona. Patria delle paste essiccate, la pasta qui è presente in innumerevoli formati. Ma se la pasta secca la fa da padrona, anche quella fresca trova in Liguria ampia espressione. Le due tipologie oggi conosciute in tutta Italia che hanno le fondamenta proprio in Liguria sono le Trenette e le Trofie. Entrambe note per essere la pasta ideale da abbinare al pesto, simbolo della cucina ligure. Salsa a base di basilico, rigorosamente genovese, che si prepara oggi come mille anni fa, a mano,

pestando le foglioline dentro un mortaio di marmo, in cui si versano aglio, olio, formaggio, sale e pinoli.

Tanti prodotti tipici e Presidi Slow Food

Un entroterra disegnato da terrazzamenti di vigne e uliveti e una costa straordinaria punteggiata da borghi antichi che custodiscono le tradizioni storiche del luogo: la Liguria è una striscia di terra ricca di materie prime semplici ma squisite, che danno vita a piatti d'eccezione.

Nonostante la sua piccola dimensione, qui troviamo diverse tipologie di ortaggi. Tra i più noti e Presidi Slow Food, l'aglio di Vassalico, l'asparago violetto di Albenga, il carciofo di Perinaldo e la cipolla belendina di Andora. Una particolarità territoriale la troviamo anche nei salumi con la "mostardella", un insaccato di carne bovina e suina spesso consumata tagliata un po' spessa, adagiata su una calda fetta di pane, oppure a dadini in aggiunta nelle minestre.

Oli evo premiati e vini autoctoni rappresentativi

La coltura dell'olivo in Liguria è conosciuta fin dall'epoca romana. Tra il '700 e l''800, ce ne si appropria definitivamente. Oggi portata avanti in maniera tradizionale, l'olivocoltura ligure si identifica soprattutto nell'Olio Extravergine di Oliva Riviera Ligure, e con le monocultivar Taggiasca, Prempesa e Colombaia, che oltre ad identificare il territorio hanno ottenuto diversi successi quando trasformate in olio - tra questi tante Tre Foglie del Gambero Rosso.

Con la sua forma arcuata, Genova divide i vini prodotti dal territorio Levante che dal Ponente. Il Vermentino è il principe incontrastato del comprensorio del Levante, mentre emerge prorompente il Pigato nel comprensorio del Ponenente. A base di queste due varietà, ben 8 Tre Bicchieri del Gambero Rosso.

Pioggia di stelle (Michelin)

Il marchio collettivo geografico per la ristorazione ligure, "Ristoranti Liguria Gourmet" rappresenta una forte unione volta a valorizzare e tutelare le tipicità della gastronomia locale, certificando la "vera liguria nel piatto". 7 sono le attività che si contraddistinguono

con la stella Michelin:il Vescovado, Paolo e Barbara, The Cook, Impronta d'Acqua, Sarri, Nove; Claudio. Volendo degustare piatti della "tradizionale" del territorio alla scoperta di antichi sapori delle valli liguri, consiglierei Bruxaboschi e l'Osteria del San Giorgio. cod 75587

ANDREA BERTON... SOTT'ACQUA

NUOVA COLLABORAZIONE CON IL RESORT YOU & ME BY COCOON ALLE MALDIVE

Le Maldive sono da sempre un sogno di tutti. Sogno che è diventato realtà per **Andrea Berton**, una stella Michelin al Ristorante Berton Milano e una al Ristorante Berton al Lago, che si prepara ad aprire il suo primo ristorante underwater. Nell'atollo di Raa alle Maldive lo chef avvia, infatti, una nuova collaborazione che lo vedrà alla guida del ristorante H2O all'interno del resort You & Me by Cocoon, inaugurato nel 2016 dal tour operator Azemar, specializzato in destinazioni nell'Oceano Indiano.

Uno dei pochissimi ristoranti underwater al mondo

«Sono molto soddisfatto - commenta Andrea Berton - della collaborazione con You & Me by Cocoon, non solo per l'altissimo livello di qualità che il resort offre, da quello gastronomico a quello esperienziale, ma anche per la natura unica del ristorante, uno dei pochissimi ristoranti underwater al mondo, l'unico nell'atollo di Raa».

Menu che richiama l'Italia

Il menu à la carte studiato ad hoc dallo chef offre agli ospiti del meraviglioso resort maldiviano un'esperienza gastronomica caratterizzata da suggestioni italiane unite a un twist internazionale, alternano alcuni piatti signa-

ture dello chef a nuove creazioni ispirate dalla bellezza e dall'unicità della location. Lo chef resident del ristorante sarà Alessandro Sciarrone, già parte dello staff del Ristorante Berton Milano per tre anni, mentre corporate chef del Gruppo Cocoon è Giovanni De Ambrosis.

Tra natura e design

Il progetto di arredo del nuovo ristorante H2O è stato curato dal brand italiano di design Lago (www.lago.it), che aveva già arredato il Cocoon Maldives. Il ristorante si presenta con ampie vetrate immerse nei fondali corallini della laguna, che consentono agli ospiti di cenare circondati dalla flora e dalla fauna sottomarine. Gli arredi sono stati realizzati appositamente da Lago con cura sartoriale al fine di adattarsi al contesto originale del ristorante e ricalcano lo stile del resort. Per dare all'ambiente una sensazione di leggerezza sono stati, infatti, scelti i tavoli della collezione Air, sospesi su impercettibili gambe di vetro e rivestiti da piastrelle in ceramica dipinte a mano. La predominanza dei colori scuri, presenti sia nei tavoli che nelle sedie Dangla rivestite in pelle color grafite, accentua e valorizza in modo emozionale le cromie e sfumature tipiche dell'ambiente marino.

«Il design di Lago è caratterizzato da linee pulite e un'estetica minimale - spiega lo chef Andrea Berton - per questo trovo che sia molto simile alla mia filosofia di cucina: il connubio che si crea tra gli arredi e i piatti che propongo valorizza ulteriormente l'esperienza complessiva che proponiamo ai clienti».

«Le esperienze sono sempre più centrali nelle nostre vite - racconta **Daniele Lago**, ceo & head of design di Lago - in questo senso il nostro design contribuisce a rendere l'esperienza di H2O un momento unico per l'esaltazione della natura in cui è immerso. Siamo molto felici di continuare la collaborazione con Alessandro Azzola e di accogliere nel nostro network lo chef Andrea Berton, con i quali abbiamo avuto l'opportunità di portare ancora una volta i nostri arredi nel cuore dell'Oceano Indiano».

Con questo nuovo progetto Lago conferma la collaborazione con il tour operator Azemar con cui condivide un'idea di ospitalità empatica e attenta al viaggiatore, in grado di far sentire a casa in qualsiasi parte del mondo.

cod 75587

ALTOPIANO DEL RENON IN PRIMAVERA: NATURA, SPAZI APERTI, MOVIMENTO E RELAX PER TUTTI

Affascinante "balcone" panoramico sulle Dolomiti, raggiungibile in meno di 12 minuti da Bolzano con la funivia, l'altopiano del Renon è un vero e proprio scrigno di bellezze naturali a due passi dalla città, perfetto per una vacanza all'insegna dell'attività fisica all'aria aperta, del relax, delle passeggiate nella natura e della riscoperta della semplicità e dei ritmi slow. Proprio quello che ci vuole per un "restart" di primavera dopo un anno faticoso e carico di stress.

Qui sull'altopiano del sole sono tante le possibilità di movimento e di svago per recuperare l'energia, il buon umore e il desiderio di riconnettersi con l'ambiente e riscoprire la nostra anima green: dalle camminate nei boschi alle uscite in e-bike, dall'arrampicata al tiro con l'arco, dalle passeggiate a cavallo alle escursioni tra i vigneti e le malghe, con infinite proposte formato famiglia per permettere a tutti, grandi e piccini, di trascorrere giornate senza pensieri scegliendo tra experiences di tutti i tipi.

Una vera palestra a cielo aperto, il posto giusto per respirare a pieni polmoni, rilassarsi e dimenticarsi per un po' l'automobile (che si lascia tranquillamente giù in città nei pressi della stazione ferroviaria) alla scoperta del territorio e delle sue tradizioni.

L'altopiano del Renon si trova proprio al centro della rete di piste e percorsi ciclabili dell'Alto Adige, qui adatti a tutte le capacità! Una semplice gita in bicicletta o un circuito impegnativo? Qui certamente nessuno resterà deluso. Su e giù per il Renon vis-à-vis con le Dolomiti, in sella e via, attraversando in lungo e in largo l'altopiano, alla scoperta del Renon.

Un paradiso per i bike lovers che possono scegliere se avventurarsi da soli alla scoperta del territorio o prendere parte a

bellissimi tour guidati che attraverso percorsi di diversa durata e difficoltà invitano a scoprire gli angoli più suggestivi del soleggiato altopiano. Un esempio? Partendo da Auna di Sopra, i ciclisti più temprati possono anche raggiungere il Corno del Renon a quota 2.260 metri. Partecipando a un tour guidato (o soggiornando in una delle strutture che aderiscono alle proposte e-bike) è poi possibile noleggiare la bici elettrica. Da non dimenticare, infine, che da Soprabolzano si può anche scendere a Bolzano in funivia con bici al seguito (al costo di 7 euro, biglietto giornaliero).

Ma si può scoprire il Renon anche camminando, scegliendo tra i vari itinerari a piedi che attraversano pendii soleggiati a valle fino alle più alte vette del Corno, accompagnati da favolose viste sulle montagne. Tra i vari percorsi, molto piacevole quello sulle tracce di Sigmund Freud, il famoso ospite del Renon che ha scritto al suo collega Jung: "Qui sul Renon è divinamente bello". Il sentiero porta da Collalbo a Soprabolzano e si può raggiungere il laghetto balenabile di Costalovara. O quello che da Collalbo gira attorno al colle Fenn per una via storica, dove già 7 secoli fa passavano imperatori, eserciti e commercianti in quanto collegava i paesi del nord con quelli del sud.

Un'altra emozionante esperienza, ideale per combinare vacanza e natura, è il tiro con l'arco tradizionale, un esercizio adatto a tutte le età il cui obiettivo principale non è tanto quello di centrare un bersaglio bensì di gestire correttamente un attrezzo senza l'ausilio di mirino e stabilizzatori, stimolando la coordinazione mano-occhio. Qui viene praticato su un percorso di tiro immerso nella natura del Renon mirando a sagome di animali 3D, simulando una vera battuta di caccia. La locale associazione sportiva Arcieri tradizionali Rainbow offre, su richiesta, corsi per principianti e per gruppi di almeno 4 persone.

L'altopiano e il suo incantevole paesaggio sono poi ideali per chi ama cavalcare, con tutta una serie di panoramiche randonnée a cavallo: un diverso punto di vista per conoscere il Renon appoggiandosi a diverse scuderie e maneggi sul territorio.

Tantissimi gli spazi e le attività dedicate ai bambini. A cominciare dal nuovissimo "Mondo favoloso di Toni", una sorta di parco giochi didattico d'alta quota, realizzato nell'area del Corno del Renon. cod 75476

SUL LAGO DI COMO RIAPRE IL MANDARIN ORIENTAL

Mandarin Oriental, Lago di Como è pronto a riaccogliere i suoi ospiti per una nuova stagione, a partire dal 15 aprile 2021. Immerso in un rigoglioso parco botanico sulle rive del magnifico Lago di Como, questo elegante resort è la destinazione ideale per un'esperienza gastronomica e di benessere a pochi passi da Milano.

Relax in una location da sogno

Dopo le sfide senza precedenti di quest'anno, Mandarin Oriental, Lago di Como invita gli ospiti a regalarsi una pausa rilassante, lasciandosi la città alle spalle e concedendosi la possibilità di cenare a un passo dal lago, immersi nell'incantevole atmosfera del Lario. Il pacchetto Staycation by Mo sul Lago di Como include il soggiorno in una delle eleganti camere o suite del resort, la colazione vista lago, un pranzo o una cena per due persone, early check-in o late check-out a seconda della disponibilità, parcheggio e minibar gratuiti per tutta la durata del soggiorno. Per chi volesse invece approfittare degli ampi spazi aperti del resort per rigenerare il corpo e la mente, la nuova proposta wellness Reset, Relax, Renew include trattamenti spa e un workout privato, oltre al soggiorno in una delle camere o suite e alla colazione vista lago.

Durante la stagione invernale, sono state apportate ulteriori migliorie alle aree comuni e alle camere e suite del resort, tra cui in makeover completo della Panoramic Suite with Private Pool, che offre il massimo del lusso e della privacy e dispone di una terrazza panoramica di grandi dimensioni con solarium e una piscina privata. Il ristorante L'Aria, con la sua vista mozzafiato sul lago, quest'anno presenta un nuovo menu e un sofisticato approccio alla cucina italiana, con una speciale influenza giapponese. Il Como Bar & Bistrot, ideale per un drink informale o un pasto a tutte le ore del giorno, propone piatti ispirati alla tradizione italiana, deliziose pizze sfornate direttamente in riva

al lago e cocktail incredibilmente creativi.

La Spa si trova nel cuore del resort e comprende anche un'area termale interna, con piscina coperta. Il team di esperte terapiste accompagna gli ospiti in percorsi di relax con esperienze personalizzate come l'Oriental Essence, utilizzando oli essenziali orientali e movimenti particolari per rigenerare tutto il corpo.

Le proposte

Gli ospiti possono rilassarsi a bordo della piscina riscaldata, che galleggia dolcemente sulle acque del lago, approfittare del giardino botanico del resort per partecipare a corsi di yoga o allenarsi con un personal trainer. Tra le altre attività da non perdere ci sono le passeggiate panoramiche o giri in bicicletta sulle montagne che circondano il lago, gli sport acquatici, i tour in machine d'epoca o il golf nelle vicinanze del resort.

Il nuovo pacchetto Staycation by MO parte da 680 euro a notte, e include:

- Sistemazione in una delle eleganti camere o suite del resort
- Colazione vista lago per due
- Un pranzo o una cena per due persone di due portate al CO.MO Bar & Bistrot
- Uno sconto del 10% sui trattamenti Spa (esclusi i prodotto in vendita al dettaglio, manicure e pedicure)
- Parcheggio giornaliero per un'auto
- Minibar con snack e bevande
- Check-in anticipato o check-out posticipato, a seconda della disponibilità
- Amenity di benvenuto speciali

cod 75861

TROPEA È IL BORGO DEI BORGHI 2021 SUI SOCIAL VINCE LA PERLA DEL TIRRENO

Tropea ha vinto l'ottava edizione del "Borgo dei Borghi 2021" in onda sui Rai 3 la domenica di Pasqua. Nella trasmissione condotta da Camila Raznovich si sono sfidati 20 Borghi, uno per regione. «Una vittoria che rimarrà negli annali della nostra città», esulta il sindaco Giovanni Macrì all'indomani del trionfo. «Ancora non ci credo, non ho chiuso occhio stanotte per l'adrenalina», ha ammesso il primo cittadino. La splendida località calabrese, in provincia di Vibo Valentia, ha preceduto il paese sardo di Baunei e quello siciliano di Geraci Siculo. A determinare la classifica finale anche le preferenze del pubblico che ha partecipato al concorso votando tramite social.

Alla fine la "Perla del Tirreno" ce l'ha fatta: ha sbaragliato la concorrenza agguerrita di altri candidati sparsi lungo tutto lo Stivale vincendo il concorso nazionale "Il borgo dei borghi".

La vittoria della "Perla del Tirreno" non era certo scontata viste le altre 13 città in gara ma i voti online acquisiti sono stati alla fine sufficienti. L'appassionante sfida tra i Borghi più belli d'Italia è giunta all'ottava edizione del programma di grande successo che ha permesso di scoprire posti bellissimi. Appena sarà possibile, Tropea e le alte località torneranno ad essere mete ambite per appassionati d'arte, cultura e gastronomia.

Le votazioni si sono chiuse domenica 21 marzo scorso. La finale è andata in onda domenica sera, sulla terza rete della Rai. Poco prima delle 23.30, l'annuncio. Gli altri 13 i Borghi più Belli d'Italia in gara sono Geraci Siculo (Palermo), Grottammare (Ascoli Piceno), Buonconvento (Siena), Pietramontecorvino (Foggia), Corciano (Perugia), Campli (Teramo), Albori (Salerno), Poffabro (Pordenone), Finalborgo (Savona), Cocconato (Asti), Pomponesco (Mantova), San Giovanni in Marignano (Rimini), Pico (Frosinone).

cod 75750

REPUBBLICA CECA DA SCOPRIRE LUNGO LA VIA DELLE MONTAGNE

Salubre, rasserenante e terapeutica la montagna lo è sempre stata, ma in tempo di pandemia è anche "anti-Covid". Non per nulla è diventata un po' ovunque destinazione di tendenza. Un mondo ovattato di boschi, sentieri, sculture di roccia e panorami mozzafiato. Questo è il volto discreto della Repubblica Ceca, fuori dai circuiti classici. Quella Repubblica Ceca - fin qui trascurata in favore di Praga, dei centri culturali, delle città storiche e delle happening city - che si accende di tanti colori, stagione dopo stagione.

L'intero territorio montuoso ceco è solcato da itinerari percorribili a piedi o in bicicletta, ben segnalati e attrezzati, adatti a trekker esperti, semplici appassionati, famiglie (alcuni sono percorribili addirittura con il passeggino) e non di rado persino ai disabili. Lungo il percorso non è raro incappare in rarità botaniche, cascate, fonti termali, grotte e altri fenomeni naturali, ma anche castelli, antichi ruderi, monumenti insoliti e persino siti Unesco.

I Monti dei Giganti

Le montagne più alte della Repubblica Ceca, confine naturale con la Polonia, appaiono davvero maestose, con vette dai profili inconfondibili e pendici ora ripide, ora più dolci. I loro fianchi alternano superfici spoglie e verdeggianti. La catena montuosa, da cui nasce il fiume Elba, è chiusa nell'abbraccio protettivo del Parco nazionale dei Monti dei Giganti (che si estende anche sul versante polacco), tra le oasi naturali più interessanti d'Europa e oggi sotto tutela Unesco.

Non c'è che l'imbarazzo della scelta tra tranquilli sentieri didattici, escursioni medio-facili e sfide più impegnative. Come quella che conduce in vetta ai 1.603 metri dello Snezka, il picco più elevato della catena e di tutto il Paese, da cui godere di una vista magnifica su mezza Boemia.

La Selva Boema

Montagne sì, ma anche acqua. Tanta acqua. Che sgorga dalle rocce, precipita in cascate spumeggianti, corre gorgogliando lungo l'alveo dei torrenti, riposa in laghi alpini e disseta il verde di prati, boschi e brughiere. Si presenta così il paesaggio di questa vivida terra di confine tra Repubblica Ceca e Germania. A percorrerla in lungo e in largo è una fitta rete di sentieri escursionistici e itinerari cicloturistici. Molti di questi ricalcano gli antichi tracciati, realizzati per la sorveglianza di frontiera e un tempo aperti solo ai mezzi militari. Il limite invalicabile imposto a lungo dall'esercito ha involontariamente contribuito alla salvaguardia dell'equilibrio naturale di quest'area e dell'aspetto selvaggio dei suoi paesaggi.

La Sumava (questo il nome in ceco della Selva Boema) oggi è a sua volta Parco Nazionale, oltre che riserva della biosfera Unesco. Spina dorsale di questo verde lembo sud-occidentale di Repubblica Ceca, è l'omonima catena montuosa, che con le sue cime segna il confine con Germania e Austria. Con i suoi profili arrotondati, questa regione è anche nota come "il tetto verde d'Europa".

I monti Iser e Orlicke

Il comprensorio dei monti Iser offre oltre venti sentieri pianeggianti o dolcemente ondulati, con lunghezze tra i 5 e i 25 km, praticabili comodamente e in sicurezza sia a piedi che su ruote.

I monti Orlicke, area della Boemia nordorientale, rappresentano una vera sorpresa. Tra i suoi boschi decidui è infatti nascosto uno dei più vasti e incredibili sistemi di fortificazione al mondo: chilometri e chilometri di trincee e bunker costruiti poco prima del 1938.

Nelle viscere dei Monti Jeseniky (o Monti Frassini), che svettano tra Moravia e Slesia, batte un cuore ruggente e vitale: acqua a profusione, acqua benefica. Sgorgano infatti qui numerose fonti termali, che hanno fatto della regione un'importante destinazione di benessere, apprezzata fin dai tempi antichi.

I Monti Beschidi sono l'estrema catena orientale di Cechia che corre lungo il confine con la Slovacchia. Tutto qui sembra essere immutato, dai paesaggi spigolosi ricoperti di boschi e pascoli fino ai villaggi valacchi, dove architettura, usi e costumi sono ancora quelli di un tempo. È infatti proprio qui la regione montuosa della Valacchia morava. Doverosa l'escursione alla volta di Stramberk, storica cittadina arroccata sulla montagna, il cui reticolo di vicoli su cui affacciano le tipiche case a graticcio le è valso il nome di "presepe della Valacchia".

I Krusne hory, i Monti Metalliferi, si estendono per 150 chilometri al confine con la Germania, dove li chiamano Erzgebirge. In tutte le lingue, il nome fa chiaro riferimento alla ricchezza mineraria di queste montagne, scoperta nel XIV secolo. Per secoli quasi disabitate e assolutamente selvagge, poi ridisegnate con villaggi e città dal popolo dei minatori, oggi sono principalmente un'attrattiva turistica, soprattutto per chi è in cerca di boschi a perdita d'occhio, natura incontaminata, bei paesaggi e massima tranquillità.

Le città di roccia

Nel Paese sono diversi i siti dove la natura, senza nessun intervento umano ma solo con sole, vento, pioggia, neve e ghiaccio, ha scolpito i rilievi in vere e proprie architetture di roccia, che lasciano senza respiro. Sono le cosiddette città rupestri, perché qui la pietra modellata da millenni d'inesorabili agenti atmosferici ha assunto forme davvero molto simili a manufatti come torri, palazzi, scalinate, porte e ponti. Si tratta di paesaggi davvero unici, irripetibili ma purtroppo anche fragili, a rischio. Non per nulla il cosiddetto Paradiso Boemo è oggi un geoparco sotto tutela Unesco. L'area, estesa tra Jicin e Zelezny Brod, abbraccia diversi siti di architetture rupestri. Poi ci sono quelle di Hruba Skala, raggiungibili tramite un bel sentiero che parte dalle rovine del castello Trosky -i cui due torrioni sono ancora abbarbicati su altrettanti speroni di origine vulcanica- e che tocca anche l'antica fortezza di Valdstejn. cod 75779

Per info: **www.czechtourism.com**

LA PIZZA SECONDO TRADIZIONE: COSÌ LA INTERPRETA PAOLO SURACE

Maestro di Casa al Ristorante Pizzeria Mattozzi, Paolo Surace guida il locale, in attività dal 1833. Mette in scena la tipica cucina partenopea e sforna pizze classiche e fritte

di ***Gabriele Ancona***

Siamo nel cuore di Napoli, a piazza Carità. Qui dal 1833 si fa ristorazione. Ai tavoli del Ristorante Pizzeria Mattozzi si è accomodata la storia. Oggi guida questa impresa ormai in prossimità dei due secoli di attività Paolo Surace. «Nel 1905 - racconta - le famiglie Mattozzi e Surace hanno unito le forze a opera di mio nonno Alfredo, che ha dato quella spinta imprenditoriale all'epoca necessaria. Era un Maestro di Casa, figura professionale che sa fare tutto nel locale, dall'amministrazione alla gestione dei fornitori, alla cucina. Un'arte che mi è stata tramandata da mio padre Raffaele».

Socio fondatore e vicepresidente per oltre 30 anni dell'Avpn-Associazione verace pizza napoletana, di cui il Ristorante Pizzeria Mattozzi è il membro numero 2, Raffaele Surace è stato un faro per il figlio, che tre anni fa, alla sua scomparsa, gli ha dedicato la friggitoria adiacente il ristorante pizzeria. «Per mio padre ho creato la pizza fritta Babbo Lello a base di cicoli, ricotta, provola, pomodoro, pepe. In carta anche una ricetta in onore di mia figlia Elena. La farcitura prevede provola, pomodoro e pepe».

Il lavoro, che passione!

Paolo Surace sa mettere in scena la tipica cucina napoletana e il Baccalà in cassuola con pomodoro, olive, capperi e pinoli ne è un esempio. «Una cucina che richiede molto impegno - sottolinea - Saper fare il cuoco e mettere insieme gli ingredienti non sono la stessa cosa. Ma se uno ha passione per il pro-

prio lavoro, non farà mai un giorno di lavoro».

Cuoco a tutto tondo, Surace è consigliere dell'Associazione verace pizza napoletana e nel suo locale presenta un menu "ristretto" a 14 gusti. I classici, Marinara e Margherita in testa. «La voce solista - annota - è rappresentata dalla pizza che porta il mio nome. Una creazione a cui sono molto legato». È una sorta di passaggio di testimone, una dedica di papà Raffaele che associa bufala, pomodorino, fiori di zucca e radicchio.

Le materie prime qui sono un punto di forza che da sempre, da 188 anni, contribuisce a fidelizzare la clientela. E a Napoli sul pomodoro non si transige. Quando Cirio Alta Cucina ha fatto il suo ingresso nell'albo fornitori dell'Avpn Paolo Surace ha colto la palla al balzo e ha fatto test in cucina e in pizzeria. « Per il ristorante - spiega - in prevalenza utilizziamo i Datterini e per il mondo pizza i Pelati. Conferiscono fragranza, sviluppano il sapore della tradizione, alla vista si presentano con un bel colore rosso e sono sempre affidabili, non fanno sorprese».

Grazie alla buccia sottile, i Datterini si mantengono intatti durante la cottura e se leggermente schiacciati rilasciano il sugo che si addensa a fuoco alto in una salsa legata e saporita. I Pelati sono il prodotto simbolo di Cirio Alta Cucina. Grandi, corposi e di colore rosso vivo, vantano una resa molto elevata grazie alla ricca salsatura. cod 75605

Ristorante Pizzeria Mattozzi
Piazza Carità 2 - 80134 Napoli
Tel 081 5524322
www.cirioaltacucina.it

NUOVE SUITE E UN ROOFTOP ESCLUSIVO AL PATRIA PALACE HOTEL DI LECCE

di *Leonardo Felician*

L'albergo di gran lunga di maggiore tradizione, più nobile, più paludato nel salotto buono di Lecce sta per riaprire dopo importanti lavori di risistemazione, per mantenerlo all'altezza delle sue 5 stelle e del fascino che generazioni di turisti esigenti italiani e stranieri hanno apprezzato e ammirato durante la sua lunga storia.
A maggio finalmente l'hotel svelerà camere e suite dal design inedito, dotate di ampie terrazze private, e un nuovo rooftop con un ristorante esclusivo da soli 15 posti con una straordinaria vista sui tetti del centro storico della città pugliese. L'albergo era conosciuto anche come meta gastronomica sia dai locali che dai viaggiatori nazionali e internazionali di passaggio in Salento grazie al rinomato ristorante Atenze.
È difficile trovare una posizione più centrale dove soggiornare per visitare a piedi il centro della capitale italiana del barocco. E chi ha fatto esperienza dell'albergo ricorda anche la sontuosa prima colazione. cod 75771

Patria Palace Hotel
piazzetta Gabriele Riccardi 13
73100 Lecce - Tel 0832 245111
www.patripalace.com

NAPOLI EAT&DRINK

CHICCHE GASTRONOMICHE CAMPANE DA SALUMERENDERIA A CASERTA

di *Vincenzo D'Antonio*

Sulla principale arteria cittadina, teatro vivace di passeggiate e shopping in epoca che fu, ridimensionatasi alquanto in questo periodo, è piacevole constatare la presenza di un locale nuovo. Siamo a metà del corso Trieste di Caserta. Salumeria con suo allettante banco, con vocazione ad approntare all'istante ghiotte merende. Quindi una salumeria che fa merende. E allora, in creativo calembour nasce SaluMerenderia. Patron è il prode Emiliano Sarnelli.
Con i fornitori, si va oltre la necessaria valenza fiduciaria e si attua, precorrendo i tempi, un informale quanto vantaggioso (win win win: fornitori, esercente, clienti) conto vendita. Il piccolo produttore di chicche locali di altissima qualità, fatte in piccola quantità, depone la sua merce in scaffale adottato. Adottato ad intendere "preso in adozione". Arrivederci, a pagare c'è tempo. Emiliano propone e vende a clienti consapevoli dei piccoli tesori nascosti che ha la Campania Felix, la merce ricevuta in conto vendita. Il mese successivo il fornitore si ripresenta: riassortisce il "suo" scaffale e si prende il denaro dovuto.
E allora qui, in pieno centro città, le lumache della Masseria Picone, i salumi della Masseria Marcellino, la pasta del Pastificio Rosema, i vini di MarraWinery. Tutte e quattro queste piccole realtà hanno sede a Castel Campagnano, piccolo borgo della provincia di Caserta. Da asporto, una sontuosa mozzarella di bufala campana Dop, la pizza con la mortazza, quattro schiacciate con farce differenti. Scontrino da 3 euro a molto molto di più se effettuo take away (funziona anche la delivery) e poi si gioisce in casa di queste specialità. cod 75694

SaluMerenderia
corso Trieste 213 - 81100 Caserta
Tel 351 7804407
www.andyjoel.it

ROMA EAT&DRINK

AL SETTE CAMINI CUCINA DI CASA CON VISTA SULLA PIANURA PONTINA

di ***Mariella Morosi***

Il Sette Camini di Cori (Lt) è un locale con vista a metà strada tra i Castelli Romani e la Pianura Pontina. I sette camini ci sono davvero, inglobati nella ristrutturazione progressiva di quello che all'origine era un rustico sulla collina, la casa di Maria Antonietta Cucchiarelli, la titolare. La cucina, più d'amore che d'autore, è concreta, di casa, dell'orto e del cortile. Ma non manca un tocco di fantasia, costruita giorno per giorno sulle materie prime. Incontriamo Maria Antonietta nella grande cucina a vista, mentre spadella per loro un profumatissimo pollo ruspante con peperoni, con accanto la figlia Tiziana e il cuoco polacco Darius Zuchowski, impegnati a pulire montagne di carciofini da conservare sott'olio.

Nei campi, come in cucina, non ci sono tempi morti e qui tutto si fa in casa o comunque è di sicura e rodata provenienza. La cucina è sempre espressa e vuole il suo tempo, ma aspettando la comanda arrivano a tavola melanzane sott'olio, olive itrane in salamoia, caciotte e insaccati della migliore tradizione macellara e salumiera. Le strisce croccanti di focaccia al pomodoro sono opera del figlio Nicola, pizzaiolo, che lavora con farine di mulino e lievitazioni coperte da segreto.

Assaporare il piacere delle cose più semplici porta ad una riscoperta della cultura del territorio e delle regole immutabili della natura; il menu, semplicissimo e scritto a mano, è lo specchio di quanto questa cultura può donare. Allora ecco le carni da cortile e l'agnello, con le erbe selvatiche che li accompagnano e non ne coprono il sapore, i broccoletti selvatici appena scottati, i pomodorini locali e le verdure che completano la magia delle fettuccine all'uovo e i tortelli dello chef, ripieni quando è stagione di funghi e castagne.

E se le porzioni sono tutt'altro che light, il conto sorprende per leggerezza: le paste di Darius non superano gli 8-9 euro e i secondi di carne i 10-12 euro. I dolci e i biscottini di Tiziana sono un irrinunciabile gran finale. cod 75703

Ristorante Sette Camini
via Fontana Del Prato 23 - 04010 Cori (Lt)
Tel 06 9679536

TORINO EAT&DRINK

ENOTECA LA GUENDALINA, TANTO PIEMONTE TRA PIATTI E CHICCHE ENOLOGICHE

di ***Piera Genta***

Aperta nel 2017 La Guendalina, enoteca con piccola cucina, un posticino simpatico vicino alla stazione di Porta Nuova. In cucina Loredana Monteno, sommelier che, dopo un periodo trascorso in sala al Combal.Zero - il ristorante di Rivoli, guidato dal mitico Davide Scabin, ora chiuso - ha deciso di aprire il suo locale per dare seguito alle sue passioni: il vino e la cucina.

Alla Guendalina - il nome è un omaggio alla cagnolina - si mangia bene e si beve ancora meglio! Il menu semplice parte dagli antipasti piemontesi tradizionali che comprendono una deliziosa Insalata russa e gli insoliti Involtini di verza farciti con carne, per proseguire con ricette semplici, tra secondi e dolci. Ogni prodotto è frutto di meticolosa ricerca, tutti i piatti sono preparati al momento, quindi a volte occorre pazientare, ma il risultato vale l'attesa.

Si beve molto Piemonte, con qualche chicca di piccoli produttori dall'interessante rapporto qualità-prezzo. Non mancano le bollicine francesi. Un consiglio: lasciatevi consigliare. Asporto e consegna a domicilio gratuita sia dei

vini che delle specialità alimentari e del menu. cod 75478

Enoteca La Guendalina
via Massena 28/A - 10128 Torino
Tel 011 562 8756
www.guendalinaenoteca.it

ALPE ADRIA, REMISE EN FORME AL 4 STELLE RIVIERA & MAXIMILIAN'S

di ***Lucia Siliprandi***

Situato tra la baia di Grignano e il castello di Miramare, l'hotel Riviera & Maximilian's domina dall'alto il golfo di Trieste. La struttura 4 stelle, diretta con amore e passione dalla famiglia Benvenuti, ha camere ampie e luminose dotate di grandi finestre e arredate in stile "classicamente moderno".
La spa Exentia, che si snoda su una superficie di 250 metri quadrati, riflette la magia carsica: i rivestimenti delle pareti ricordano le arricciature delle onde, mentre i marmi neri, sfumati di bianco e azzurro, creano un ambiente intimo. Le saune finlandesi (una con spettacolare vista mare), il bagno turco con cromoterapia, la sala relax del sale e la terrazza esterna delineano gli spazi a disposizione. I trattamenti sono studiati sulle tre percezioni del benessere: potenziare il fisico sciogliendo le rigidità e liberando il corpo dalle tensioni; valorizzare l'estetica rendendo la pelle fresca e luminosa; riequilibrare il corpo e la mente, alleviando lo stress e risvegliando le emozioni.
Dedicato ai trekker di Alpe Adria Trail, il trattamento Sali Sport defatica l'intera muscolatura dall'acido lattico. Grazie a speciali tecniche di massaggio il corpo recupera energia, i muscoli si rafforzano e, in tempi brevissimi, si è pronti per affrontare una nuova sfida. Per una totale remise en forme suggerita la linea Thalasso, dove un'alchimia di elementi marini (alghe, sali, fango), unita a bendaggi e massaggi manuali, aiuta a drenare i liquidi, a disintossicare l'organismo e a modellare il corpo.
cod 75781

Hotel Riviera & Maximilian's
strada Costiera 22 - 34151 Trieste
Tel 040 224551
www.rivieramax.eu

AGRIGUSTA

ANZIVINO, CUCINA DEL TERRITORIO E DEGUSTAZIONI

di ***Alessandro Maurilli***

A soli 300 metri dal centro storico di Gattinara, territorio della omonima denominazione vinicola, sorge la struttura a conduzione familiare Cantina Anzivino, un agriturismo che nasce proprio sulla cantina del blasonato vino piemontese, ma che propone anche una cucina tipica del territorio.
L'agriturismo dispone di 5 camere e un appartamento arredati in stile Valsesiano e che prendono il nome dai cloni del Nebbiolo. Il punto di forza è il ristorante dove si possono abbinare i vini dell'azienda alla cucina del territorio. Una cena sfiziosa o una degustazione da veri intenditori.
Al ristorante Alla Tinaia gli ospiti sono condotti alla scoperta enogastronomica del territorio. Da non perdere il Risotto mantecato alle due Tome con riduzione al Gattinara. Il ristorante è aperto solo per gruppi, su prenotazione, norme anti-Covid permettendo. cod 75366

Anzivino Viticoltori in Gattinara
corso Valsesia 162 - 13045 Gattinara (Vc) - Tel 0163 827172
www.anzivino.it

PALERMO EAT&DRINK

GASTRONOMIA PREZZEMOLO & VITALE QUALITÀ E GUSTO SICILIANI

di ***Gianni Paternò***

Non c'è palermitano che non conosca la catena Prezzemolo & Vitale (P&V), orgoglio dell'imprenditoria cittadina, un'azienda nata in sordina più di 30 anni fa dall'unione di una piccola bottega di quartiere di Giuseppe Prezzemolo con un piccolo supermercato di Giusy Vitale, la moglie, oggi affiancati dai figli. P&V è un piccolo gioiello che vende i suoi prodotti di qualità anche online, non solo a Palermo, ma anche in Italia e all'estero. Sono 7 punti vendita a Palermo e ben 3 a Londra.

Altro punto forte di P&V è la gastronomia da asporto e consegna a domicilio, in questo periodo utilizzatissima, dai taglieri di salumi e formaggi ad un vero e completo menu di ristorante che propone pietanze classiche, tipiche, anche rivisitate, realizzate e presentate con cura e gusto. Si può ordinare di presenza, sul web, in chat, nell'app dedicata; si ha immediatamente la disponibilità dei molti piatti pronti o si ordina il giorno prima scegliendo dal menu anche con varianti. Il cucinato arriva in vaschette sigillate termoresistenti che si possono mettere in forno o in microonde, quindi tutto semplice e comodo. La scelta è vasta: 11 antipasti, 10 primi, 12 secondi, 7 contorni, un'ampia e conveniente bottiglieria e tanto altro. La cosa più importante è il gusto, che più che da gastronomia diventa da ristorante, meglio ancora da trattoria, imperdibile anche per il turista che, stanco dopo una giornata fuori, può assaporare la buona cucina siciliana nel proprio alloggio. cod 75777

Prezzemolo & Vitale Villafranca
via Principe di Villafranca 20 - 90141 Palermo
Tel 091 6123837 - **www.prezzemoloevitale.it**

MILANO EAT&DRINK

FESTINA LENTE, DELIVERY E CULTURA: APERITIVO A CASA CON LETTURE ONLINE

di ***Gabriele Ancona***

Festina Lente Bistrot è un locale di Seregno (Mb), nel cuore della Brianza, che propone libri da leggere e da mangiare. Un bistrot cultural gastronomico guidato da Simona De Simone che ha avuto l'idea di organizzare una serie di aperitivi letterari "a distanza", calendario che ha preso il via il 5 febbraio e ha concluso il primo ciclo il 19 marzo.

Protagonisti di queste serate sono stati autori italiani che hanno dialogato con il pubblico via web; in precedenza, la cucina del bistrot si è ispirata al libro realizzando diversi assaggi da gustare a casa. Ogni incontro, infatti, ha previsto la consegna a domicilio di una box alimentare, a cui, su richiesta, è stato possibile aggiungere anche il libro protagonista dell'evento. La box ha accolto un drink alcolico o analcolico e una serie di appetizer salati e dolci.

Grazie a questa iniziativa tutti i generi hanno la possibilità di essere impiattati e serviti a domicilio: classici e contemporanei, poesia e romanzi, libri per adulti e per bambini. Insomma, ogni autore che dedichi al cibo una pagina, un ricordo, una storia o qualunque libro che abbia un potenziale "edibile". E se l'autore non può essere presente le letture sono a cura di Festina Lente Bistrot. cod 75309

Festina Lente Bistrot
via Alla Porada 20 - 20831 Seregno (Mb) - Tel 331 5464823
www.festinalentebistrot.com

di ***Claudio Riolo***

PALERMO, ENI CAFÉ E OBICÀ GENUINITÀ COME IN TRATTORIA

La pandemia ha trovato impreparato il mondo dell'ospitalità e le regole del "confinamento" e del distanziamento non lasciano deroghe. Ma qualche gestore sembra aver già reagito nel modo giusto; è il caso di Eni Café che ha impostato l'offerta su gustosi caffè - vendendo anche la miscela in polvere - e cucina semplice, ideale per l'asporto. Altrettanto godibile l'offerta di Obicà alla Rinascente, con i cocktail del fantasioso barman Luca Scrimenti, accompagnati dai giusti abbinamenti (qui però la chiusura è stata inevitabile, si attendono tempi migliori).

ALL'ENI CAFÉ IN ZONA UNIVERSITÀ RICETTE SICILIANE E OTTIMI MOKACCINI

Viaggiando capita di desiderare un buon caffè. Nei pressi della circonvallazione palermitana un accogliente locale ne propone una buona scelta e a tutte le ore si possono gustare piatti di cucina leggera e genuina. Per arrivare all'Eni Café si percorre un lungo viale a due corsie che costeggia l'Università fino alla stazione di servizio con attiguo servizio di ristoro. Il Caffè Ristorante gestito dai fratelli **Vincenzo e Marcello Pipitone** si distingue per accoglienza, lindore, buoni cibi e cura nel servizio. Due grandi aree vetrate accolgono i clienti: una con tavoli da bar; l'altra per il ristorante, tranquilla e accogliente.

Agli appassionati di caffè, oltre ai classici, consiglio il Marocchino con panna e il Mokaccino con gocce di cioccolata, il Cappuccino Aroma con caffè filtrato dal latte. La cucina è sempre aperta e si basa sulla spesa quotidiana con ricette siciliane ingentilite dal buon gusto del giovane cuoco Luigi Clemente. Tavolini all'aperto nella bella stagione. Servizio di asporto molto apprezzato dai professori della vicina Università. Per i clienti frettolosi ampia scelta di panini, schiacciate, toast; ottimo il pane e le farciture.

cod 75705

Eni Café
via Ernesto Basile 15 - 90100 Palermo
Tel 320 6151877

IL FOOD PAIRING DI OBICÀ CON VISTA SUI MONTI DI PALERMO

Numerosi locali, con pubblico più o meno giovane, si rendono attraenti per il food pairing con cocktail di qualità. Il pubblico s'impegna più nelle chiacchiere e nelle relazioni che nel menu; richiede un miscelato non necessariamente alcolico, accompagnato da piatti allegri e ben presentati. **Luca Scrimenti** è fra i bravi e capaci barman che hanno saputo intercettare fin dagli inizi questa esigenza.

Dall'inizio degli anni 2000 ha iniziato il lavoro nella ristorazione di alto profilo, in particolare nel ristorante Charleston di Mondello. Ora a Obicà presso la Rinascente di Palermo cura l'organizzazione, il buon funzionamento del bar e soprattutto le preparazioni del bere miscelato.

L'ambiente allegro e riservato a un tempo, cucina a vista, tavoli in legno chiaro, banco bar e divanetti con caffetteria, aperitivi, cocktail. Il menu stagionale è adatto ai buongustai che trovano qui alimenti genuini e ben cucinati.

Suggerisco la pizza, leggera e croccante, l'intramontabile Club sandwich anche in versione mini, in autunno le zuppe di zucca; si termina con i golosi dolci; a ogni ora l'ottimo Tiramisù. Quando riaprirà fatevi consigliare dalla gentile direttrice Angela Caci. cod 75707

Obicà Mozzarella Bar
piazza San Domenico 18 - 90133 Palermo
Tel 091 6017861 - **www.obica.com**

Italia a Tavola

NETWORK DI COMUNICAZIONE MULTIMEDIALE

Edizioni Contatto surl
via Piatti, 51 · 24030 Mozzo (Bg)

Direttore responsabile
Alberto Lupini · alberto.lupini@italiaatavola.net

Redazione
Tel 035 460563 · 351 8391052 · Fax 02 700557702 · redazione@italiaatavola.net

Matteo Scibilia (*responsabile scientifico*) · matteoscibilia2013@virgilio.it
Gabriele Ancona (*vicedirettore*) · gabriele.ancona@italiaatavola.net
Lucio Tordini (*coordinatore di redazione*) · lucio.tordini@italiaatavola.net
Piera Genta (*inviata*) · pieragenta@libero.it
Federico Biffignandi (*redattore*) · federico.biffignandi@italiaatavola.net
Nicola Grolla (*redattore*) · nicola.grolla@italiaatavola.net
Jenny Maggioni (*redattore*) · jenny.maggioni@italiaatavola.net
Elisabetta Passera (*segreteria di redazione*) · redazione@italiaatavola.net
Brian Vavassori (*segreteria di redazione*) · brian.vavassori@italiaatavola.net
Riccardo Melillo (*grafica e impaginazione*) · riccardo.melillo@italiaatavola.net
Alessandro Venturini (*social media manager*) · alessandro.venturini@italiaatavola.net

Comitato scientifico
Giorgio Antonio Donegani, **Massimo Artorige Giubilesi**, **Sergio Mei**, **Matteo Scibilia**

Editore
Mariuccia Passera · mariuccia.passera@italiaatavola.net

Amministrazione
segreteria@italiaatavola.net

Pubblicità, eventi e marketing
Tel 035 615370 · 351 8391052 · Fax 035 5096886 · direzionecommerciale@italiaatavola.net
Andrea Lupini (*direttore commerciale e iniziative speciali*) · andrea.lupini@italiaatavola.net
Laura Miedico (*responsabile direzione commerciale*) · laura.miedico@italiaatavola.net
Livia Gerosa · livia.gerosa@italiaatavola.net · **Ivana Frosio** · ivana.frosio@italiaatavola.net

Corrispondenti di zona *(per contatti telefonici consultare il sito)*

Piemonte, Liguria e Valle d'Aosta	**Piera Genta** · pieragenta@libero.it
Lombardia orientale	**Renato Andreolassi** · renato.andreolassi@alice.it
Pavia-Piacenza	**Stefano Calvi** · s.calvi@ilquattro.it
Veneto	**Giulia Marruccelli** · gmarruccelli@yahoo.it
Belluno-Bolzano-Trento	**Lina Pison** · linapison@gmail.com
Friuli Venezia Giulia	**Liliana Savioli** · lilli_sa@hotmail.com
Emilia Romagna	**Giuseppe De Biasi** · dbpino60@gmail.com
Toscana e Umbria	**Alessandro Maurilli** · a.maurilli@almapress.net
	Claudio Zeni · zeniclaudio@alice.it
Lazio	**Mariella Morosi** · mariellamorosi@hotmail.com
Marche	**Benedetta Gandini** · b.gandini22@gmail.com
	Carla Latini · carla@carlalatini.com
Abruzzo	**Monica Di Pillo** · monica.dipillo@yahoo.com
Campania e Molise	**Vincenzo D'Antonio** · vincenzo.dantonio@italiaatavola.net
Puglia	**Sandro Romano** · sralessandroromano@gmail.com
Calabria	**Tommaso Caporale** · dodicialitro@gmail.com
Sicilia	**Gianni Paternò** · giopate@libero.it
	Piero Rotolo · pierotolo@tin.it
Svizzera (Canton Ticino)	**Rocco Lettieri** · simpatico.melograno@tin.it

Aprile 2021· anno XXXV · n. 287 - Italia a Tavola è una rivista di aggiornamento professionale e cultura enogastronomica per l'Horeca. Si occupa di food service, alberghi, ristoranti, pizzerie, pasticcerie, bar, turismo, travel, wellness e salute, con attenzione particolare ai professionisti, agli enti, alle aziende e alle associazioni del settore in tutta Italia.

Collaboratori di questo numero
Valerio Beltrami, Fausto Borella, Tiziana Colombo, Giuseppe Cristini, Luca D'Attoma, Enrico Derflingher, Fabio Di Pietro, Leonardo Felician, Mariapia Gandossi, Antonio Iacona, Ezio Indiani, Giorgio Lazzari, Roberto Lestani, Ernesto Molteni, Angelo Musolino, Giuseppe Paltani, Paolo Porfidio, Rocco Pozzulo, Fulvio Raimondi, Marco Reitano, Guido Ricciarelli, Claudio Riolo, Eros Teboni, Toni Sarcina, Lucia Siliprandi

Foto gettyimages® 2021 - Italia a Tavola

- Quotidiano online www.italiaatavola.net
- Mensile cartaceo
- Mensile digitale
- Le Newsletter settimanali via mail
- Le newsletter quotidiane su WhatsApp e Telegram
- La Web TV
- Social network con oltre 230.000 utenti
- La APP Italia a Tavola
- Gli aggregatori di notizie

SEGUICI SU:

ABBONATI

Tariffe per l'abbonamento annuale:
Abbonamento nazionale € 39,00.
Per sottoscrivere il tuo abbonamento a 10 numeri della rivista e scegliere la modalità di pagamento che preferisci (online, bollettino postale, bonifico ecc.) visita il sito www.italiaatavola.net/abbonamenti
Abbonamento estero € 99,00

PARTNER DI:

FIC Federazione Italiana Cuochi

Euro-Toques Italia

itchefs-GVCI Gruppo Virtuale Cuochi Italiani

Conpait Confederazione Pasticceri Italiani

AMPI Accademia Maestri Pasticceri Italiani

Federazione Internazionale Pasticceria Gelateria Cioccolateria

Noi Di Sala Camerieri, Maitre e Sommelier

Amira Associazione Maitres Italiani Ristoranti ed Alberghi

Ada Associazione Direttori Albergo

European Hotel Managers Association

ABI Professional Associazione Barmen Italiani

Avpn Associazione Verace Pizza Napoletana

Apn Associazione Pizzaiuoli Napoletani

Ristoranti Regionali Cucina DOC

Movimento Turismo del Vino

Associazione Italiana Sommelier

Streetfood Project

Accademia italiana del Tartufo

Il Mondo delle Intolleranze

IFSE Italiana Food Style Education

Saps Agnelli Cooking Lab

Ika Italian Kitchen Academy - Roma

Registrazione del Tribunale di Bergamo n. 39 del 21/11/88
Iscrizione al Roc (Registro degli operatori di comunicazione) n.10548. Chiuso il 12 aprile 2021